

كيف تتحدث على شبكة الإنترنت

كل شيء تريد معرفته وإتقان لغة الأنظمة الإلكترونية
الغموض الوجداني أو الانفعالي -قواعد ونظم الشبكة
سلوكيات الحوار -أخطاء المحادثة مايلزم فعله أو تجنبه

كيم بيكر
و ساني بيكر

نقله إلى العربية
أماني الدجاني

العبيكان
Obeikan
Publishers & Booksellers

كيف تتحدث

على شبكة الإنترنت

كيف تتحدث
على شبكة الإنترنت

تأليف

كيم بيكر وساني بيكر

تعريب

أماني الدجاني

العبيكان
Obeikan

Original Title:
How To Say It Online
by:
Kim Baker And Sunny Baker

ISBN 1 - 7352 - 0164 - 1

المملكة العربية السعودية، شمال طريق الملك فهد مع تقاطع العروبة، ص. ب. 62807 الرياض 11595
Obeikan Publishers, North King Fahd Road, P.O. Box 62807, Riyadh 11595, Saudi Arabia

الطبعة العربية الأولى 1426هـ ـ 2005م

ISBN X - 773 - 40 - 9960

ⓒ مكتبة العبيكان، 1426هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

بيكر، كيم

كيف تتحدث على شبكة الإنترنت. / كيم بيكر؛ سالي بيكر؛ أماني الدجاني. - الرياض 1426هـ

292 ص؛ 16.5× 24 سم

ردمك: X - 773 - 40 - 9960

١ ـ الإنترنت   ٢ ـ تصفح الإنترنت

أ. بيكر، سالي (مؤلف مشارك)   ب. الدجاني، أماني (مترجم)   ج. العنوان

ديوي: 004.67   1426 / 2805

رقم الإيداع: 1426 / 2805

ردمك: X - 773 - 40 - 9960

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

الموضوع	الصفحة
- مقدمـــة	٩
● الجزء الأول: أسس الاتصال عبر الشبكات	١٣
- الفصل الأول: ما مدى كفاءتك في موضوع الاتصال عبر الشبكات؟	١٥
- الفصل الثاني: كيفية البدء بكتابة الإيميل الأساسي	٢١
- الفصل الثالث: أسلوب كتابة رسالة الإيميل	٥٣
- الفصل الرابع: أدوات وتقنيات ومفردات الإيميل	٩١
- الفصل الخامس: أسس الحوار عبر الشبكات. قوائم المراسلة ونشرات الأنباء	١١١
- الفصل السادس: دليل إتيكيت الشبكات	١٣١
● الجزء الثاني: دخولك إلى الشبكة	١٣٩
- الفصل السابع: دخولك إلى الشبكة في العمل	١٤١
- الفصل الثامن: الاتصال بالأصدقاء وأفراد الأسرة عبر الشبكة	١٨٩
- الفصل التاسع: الرومانسية عبر الشبكة	٢٠٩
- الفصل العاشر: كيف تتعامل مع العملاء والزبائن على الإنترنت	٢٢٩
- الفصل الحادي عشر: التغلب على المواقف الصعبة على الشبكة	٢٤٧
- الفصل الثاني عشر: كيف تتحدث على موقعك على شبكة الويب	٢٧١



مقدمـة

@

كيفية تحدثك عن موضوع ما على الشبكة أكثر أهمية من الموضوع نفسه

ما لم تكن قد أمضيت حياتك في كهف، فإنك حتماً قد شهدت التطورات الهائلة التي طرأت على تكنولوجيا الاتصالات خلال العقدين الماضيين. فمن الأقمار الاصطناعية التي تربط الاتصالات الهاتفية بعيدة المدى بالبريد الإلكتروني إلى النمو الهائل لشبكات الإنترنت، أصبح عصر الاتصال بواسطة الكومبيوتر في متناول اليد.

ما الخبر الذي يمكن أن يكون أفضل؟ لكي تبقى على اتّصال بالعالم لا يوجد أسرع ولا أرخص من البريد الإلكتروني «إميل». توفر لك شبكات الاتصال الاطلاع على كل ما تحتاجه من معلومات والتواصل مع الناس على المستوى العالمي لا المحلي. وأصبح من المتاح لك الآن إقامة علاقات صداقة مع أصدقاء جدد (إذا عرفت كيف تقول الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة). على صعيد المدرسة، تقدم لك شبكة الإنترنت مجلدات من المعرفة والمعلومات حول أي موضوع تريده بلمسة من أصابعك. وعلى صعيد العمل، تجعل شبكات الكومبيوتر اتصالات العمل أكثر كفاءة مما مضى.

وبعبارة ستار ترك بورغ (Star Trek Borg) فإن «المقاومة لا جدوى منها». فحتى تلك النماذج العنيدة المتطرفة التي تصرُّ على قول «لن أستخدم جهاز الكومبيوتر مطلقاً» جرفتها الموجة الكاسحة لتقنيات الكومبيوتر. فأصبحت مضطرة

بشكل أو بآخر لاستخدامه إما عن طريق البريد الإلكتروني (الإيميل) من أجل تنظيم أمور الحسابات أو عن طريق غرف الحوار (تشات روم/ chat room) التي يدخلونها للتعرف على أصدقاء جدد أو للاطّلاع على آراء المختصين في موضوع ما.

إن هذه التكنولوجيا تتطور باستمرار بشكل يجعل من موضوع الاتصال متاحاً باستخدام أجهزة إلكترونية شخصية ذكية، أجهزة كومبيوتر محمولة بحجم اليد، هواتف خلوية، إضافة إلى كثير من الأجهزة الإلكترونية التي تنقل الرسائل بشكل فوري، بما فيها جهاز التلفاز. إلا أن هذه التطورات الجريئة لابد أن تجلب معها الكثير من التحديات.

لابد أنك تعرف العبارة التقليدية القائلة «ليس المهم ما تقوله وإنما كيف تقوله...». إن هذه المقولة تنطبق بشكل كبير على عالم الاتصالات عبر الكومبيوتر. إذ من الممكن ضغط رسالة تحتاج إلى /١٥٠/ كلمة منتقاة ومكتوبة بعناية واختصارها إلى /١٥/ كلمة غير واضحة المعنى من شأنها تشويش أو حتى إزعاج متلقي الرسالة.

إن الاتصال عبر شبكات الكومبيوتر اكثر تعقيداً مما يظن معظم المستخدمين. فمن السهل إرسال رسالة قد تبدو فظة أو ركيكة عن غير قصد عبر الإيميل، أو ارتكاب غلطة في أسلوب حديثنا في غرف الحوار، أو إهانة غير مقصودة لصديق عبر الإنترنت بسبب استخدام كلمات وعبارات غير واضحة. بالمقابل يكون تفسير الرسائل وجمل الحوار الواردة صعباً على المتلقي. ما الذي تعنيه هذه الرموز والاختصارات الغريبة؟ لماذا قد اختصرت هذه الرسالة الرقيقة بهذا الشكل؟ ما الذي يرمي إليه المرسل بعباراته ومصطلحاته هذه؟ هل يتوجب قبول هذه الرسالة بمعناها الظاهر أم أن هنالك معنى آخر لم تدركه العين؟

تصبح هذه النقاط على درجة من الأهمية إذا كان المرسل شخصاً مهماً بالنسبة لك- كرب عملك على سبيل المثال، فإذا لم يكن كفؤاً في قراءة الرسائل

الإلكترونية سيؤدي هذا حتماً إلى إساءته لفهمك دون أن يدري. علاوة على ذلك، قد تعتبر آراؤك ومساهماتك الفعالة في موضوع ما غير ذات أهمية أو تافهة وذلك فقط بسبب اختيارك الخاطئ للعبارات بدلاً من العبارات الصحيحة التي يتوجب عليك استخدامها عبر البريد الإلكتروني للتعبير عما تريد.

لحسن الحظ، فإن هذا الكتاب سيساعدك على تخطي تلك المشاكل. وستتعلم بواسطته كيف تقول العبارات الدقيقة والصحيحة من أجل نقل فكرتك للآخرين وكيف تتجنب العبارات غير الملائمة وغير المرغوبة. وعندها ستتحول من مجرد مبتدئ إلى واحد من الخبراء الضليعين بإرسال الرسائل الإلكترونية بأبسط مما كنت تتصور. لقد ابتكرنا لك الأسلوب الأمثل لـ «كيف تتحدث عبر شبكات الاتصال»، بحيث يكون هذا الكتاب «صديقك في العمل» والمرجع الذي يمدك بكل ما تحتاج تعلمه بطريقة سهلة وبسيطة.

نحن نركز على مضمون رسائل بريد الشبكة: أي على كيفية قول الفكرة المراد قولها. لذا فإن دليلنا هذا يحتوي على القواعد الرئيسية لإتيكيت الاتصال - التي تتضمن الطرق التي تجعل أسلوبك يبدو لائقاً على الشبكة-. دون أن يعطي انطباعاً سلبياً عنك بأنك مجرد شخص لطيف بسيط. وستمكنك إرشاداتنا ونصائحنا من أن تصبح أكثر كفاءة وتمكناً ووضوحاً وتأثيراً في كل اتصالاتك عبر شبكات البريد الإلكتروني. لقد حاولنا قدر الإمكان عدم الاستفاضة في شرح المعلومات التكتيكية الفنية البحتة إلا عندما تستدعي الفكرة أن نشرح آلية عملها الإلكترونية. فإذا كان موضوع الاتصال عبر الشبكات يبدو غريباً أو معقداً بالنسبة لك، لا داعي لأن تشعر بالإحراج. ما عليك إلا أن تبدأ بحل أسئلة الاختبار المذكورة في الفصل الأول لتتعرف على مستوى إلمامك بموضوع الاتصال عبر الشبكات. وقد قدمنا في الفصلين الثاني والثالث لضعيفي الخبرة في هذا المجال شرحاً للمعلومات الأساسية اللازمة لكتابة رسائل البريد الإلكتروني.

يغطي الفصلان المذكوران المعلومات والنقاط الرئيسية اللازمة لكتابة الإيميل، ولكن انتبه، فنحن لا نذكر كافة التفاصيل المتعلقة بالأزرار المستخدمة والأوامر التي تعطى من أجل تشغيل البرامج المتعلقة بالاتصالات. وعلى أولئك الأشخاص حديثي العهد بالتعامل مع الكومبيوتر الإطلاع على أحد الكتب التي صدرت مؤخراً في هذا الشأن (خلال العامين الماضيين) والذي يشرح لهم كيفية الدخول إلى عالم الإنترنت والاتصال عن طريقه باستخدام برامج خاصة بالبريد الإلكتروني مثل:

Netscape, Eudora, Outlook Express, Microsoft Outlook,

America Online,Communicator .

بعد شرح القواعد الأساسية لكتابة الإيميل وأسلوب الحوار في غرف الحوار، نقدم لك بعض الطرق الخاصة للتعامل مع كافة أشكال الاتصال عبر الشبكات بكل ثقة بالنفس . سواء في المنزل أو في العمل أو من أجل اللعب. وتذكر أن إرشاداتنا ليست صعبة، وسندع الأمر لك لتحكم على ذلك.

نأمل أن يساعدك هذا الكتاب لتقويم إمكانياتك حول ما تعرفه عن عالم الاتصال عبر الشبكات ومدى فعالية وتأثير هذه الإمكانيات في هذا الحقل. ونؤكد لك أنه فور تعرفك على الخطوط والنقاط الرئيسية في هذا المجال وتدربك عملياً عليها لبعض الوقت، ستصبح قادراً على كتابة رسائل البريد الإلكتروني بكل ثقة وتمكّن معتمداً أسلوبك الخاص الذي ينم عن شخصيتك.

إن هدفنا الذي نضمره لك هو الهدف نفسه الذي نريده لأنفسنا: التمكن التام من الاتصال عبر الشبكات مع أي موقع من مواقع الاتصال.





أسس الاتصـــال عبر الشـبكات



ما مدى كفاءتك في موضوع الاتصال عبر الشبكات؟

لا يمكن لتقلبات المناخ من ثلج ومطر وجليد أن تعيق الإنترنت عن توصيل الإيميل (رسالة البريد الإلكتروني)، مع أنك قد تتمنى هذا أحياناً خاصة عندما ترسل رسالة ما ثم تكتشف أنها تركت أثراً مغايراً لما كنت ترمي إليه في نفس متلقي الرسالة. المشكلة تكمن في أن أسلوبنا في التعبير عن أفكارنا قد لا يخدمنا تماماً في نقل هذه الأفكار عبر هذا الوسيط الإلكتروني مما قد ينجم عنه كوارث فيما يخص تفسيرها في عيون المتلقي: لأن هذا العالم الجديد والجريء للاتصالات قد ابتكر لغة خاصة به.

إن استخدام أسلوب غير ملائم واستخدام عبارات في غير محلها في بعض الرسائل الإلكترونية أدى إلى توريط بعض الأشخاص في مشاكل سببت لهم القضاء على مستقبلهم المهني، أو القضاء على علاقة عاطفية محتملة أو على علاقة صداقة نشأت عبر الإنترنت، أو على الثلاثة معاً.

لكن لحسن الحظ، يمكن أن يكون التواصل عبر البريد الإلكتروني أفضل من ذلك الحال، ولا يلزم الأمر إلا تعلم بعض المهارات التي قد تكون جديدة عليك، إلا أنك تستطيع تعلمها والتمرس بها بسهولة.

تعريف كلمة كوم. : com

على الرغم من أن هذا المصطلح او الاختصار (com / comm) لم يرد في المعاجم بعْدُ إلا أن المراد به هو اختصار للكلمة الإنكليزية communications التي تعني الاتصالات.

اختبار ذاتي لتقويم درجة كفاءتك في موضوع الاتصال عبر الشبكات:

كي تتمكن بطريقة بسيطة وسريعة من تحديد مدى مهاراتك وإمكانياتك في الاتصال عبر البريد الإلكتروني، حاول الإجابة عن أسئلة هذا الاختبار والتي يبلغ عددها أربعين سؤالاً. لكن تذكر، ليس الهدف هنا أن تحقق علامات عالية فهذا ليس امتحاناً، وإنما هو معيار لتقويم درجة مهاراتك الحقيقية في هذا الحقل. لذا عليك أن تقدم إجابات صادقة حتى وإن كانت تبدو غير صحيحة.

الأسئلة	صح	خطأ
١. أستطيع الاتصال عبر الشبكات بسهولة وبطريقة فعالة، أي بمعنى آخر يفهم جميع من أراسلهم ما أقوله وما أرمي إليه.		
٢. أتم كتابة رسالة البريد الإلكتروني دون عناء		
٣. أستخدم البريد الإلكتروني باستمرار لأني أعتبره وسيلة اتصال سهلة		
٤. أتلقى دائماً إجابات جيدة على رسائلي.		
٥. أعرف تماماً متى تكون رسالة البريد الإلكتروني غير ملائمة.		
٦. أشعر بالثقة عندما أرسل أرائي عبر الإيميل.		
٧. في بريدي الإلكتروني ليست لدي مشكلة في قول ما أريد.		

٨. ليست لدي مشكلة في الاتصال بنظرائي الذين يستخدمون الإيميل

٩. ليست لدي مشكلة في الاتصال بالمرؤوسين من قبلي والتابعين لي عن طريق الإيميل.

١٠. لا اجد صعوبة في الاتصال برؤسائي أو من هم أعلى مني عبر الإيميل.

١١. ليست لدي مشكلة في الاتصال بأصدقائي عبر الإيميل.

١٢. ليست لدي مشكلة في الاتصال بعائلتي عن طريق الإيميل.

١٣. لدي أصدقاء مراسلة تعرفت إليهم عن طريق الشبكة وفي الواقع ايضاً.

١٤. لدي أصدقاء مراسلة تعرفت إليهم عبر الشبكة ولكني لا ألتقي بهم في الواقع.

١٥. يتلقى بريدي الإلكتروني ردوداً باستمرار.

١٦. غالباً ما أتلقى ردوداً واضحة على أسئلتي التي أطرحها عبر الإيميل.

١٧. أستطيع أن أميز بين الإيميل المرسل من قبل مستخدم خبير أو غير خبير بالبريد الإلكتروني.

١٨. عندما أود الاتصال بشخص ما، أول ما أفكر به هو «الهاتف أم الإيميل»؟

١٩. أستمتع بدخول غرف الحوار من أجل التسلية أو من أجل زيادة معلوماتي حول موضوع يهمني.

٢٠. عند مشاركتي في أي حوار، أفهم معظم الرموز و الاختصارات المستخدمة.

٢١. أشارك في غرف الحوار وأنا مرتاح.

٢٢. في غرف الحوار، أتفهم المزاح الذي يوجه إلي.

٢٣. أعتبر غرف الحوار خياراً ترفيهياً مثل حضور الأفلام السينمائية.

٢٤. أستخدم مواقع الويب العالمية في معاملاتي التجارية (كشراء بعض السلع أو الأسهم أو الاستثمارات الأخرى).

٢٥. لا أعاني من أية صعوبات في التجول بين مواقع الويب للتسلية و/أو التعلم.

أعط لنفسك علامة عن الإجابة بكلمة صح وصفراً عن الإجابة بخطأ.

المجموع ١ - ٢٥

٢٦. أحياناً أؤجل الرد على الرسائل الواردة في بريدي الإلكتروني لأسبوع أو أكثر.

٢٧. أفضل الرد على الرسالة التي تردني عبر بريدي الإلكتروني هاتفياً أو عبر البريد العادي.

٢٨. أفضل الرد بردود لا تزيد عن سطر واحد عبر الإيميل وترك التفاصيل للرد عليها بصورة شخصية.

٢٩. أفضل الرد برسائل مطولة على الرسائل التي تردني كي أعبر عن نفسي بشكل تام.

٣٠. أتجنب المشاركة في اللقاءات والمحاورات التي تتم عبر الإنترنت وفي غرف الحوار.

٣١. غالباً ما أستخدم الأحرف الأبجدية الكبيرة في رسائلي أو حواري لأن طباعتها أسهل بالنسبة لي.

٣٢. أفضل كتابة مسودة للإيميل بخط اليد ثم أقوم بطباعته على الكومبيوتر.

الأسئلة　　　　　　　　　　　　　　　　صح　　خطأ

٣٣. سمعت أن بعض الأشخاص ينزعجون من رسائلي.

٣٤. لا أعرف ما المقصود بأجزاء من عناوين رسائل البريد الإلكتروني.

٣٥. أجد أن رسالة البريد الإلكتروني تحتاج لجهد أكبر مما تستحقه.

٣٦. أعتقد أن الاتصال عبر الشبكات غالباً ما يكون غير فعال.

٣٧. أعتقد أن الاتصال عبر الشبكات أبطأ من الوسائل الأخرى.

٣٨. أجد أنني لا أستطيع أن أحصل على رسائلي عبر الشبكات.

٣٩. أجد أن الكلمات تخونني في التعبير عما أريد عبر البريد الالكتروني

٤٠. أعتقد أن العالم سيمر بي ويغفلني بسبب عدم إلمامي ب الاتصال عبر الشبكات بشكل فعال.

أعط لنفسك علامة عن الإجابة بكلمة صح وصفراً عن الإجابة بخطأ.

المجموع　　　　　　٢٦ - ٤٠

والآن من أجل معرفة محصلة درجتك النهائية قم بطرح المجموع الذي حصلت عليه للأسئلة من ٢٥-٤٠ من مجموع علامات الأسئلة من ١-٢٥.

ما القصد من إجراء هذا الاختبار بالنسبة لك:

إن هذا الاختبار هو طريقة سريعة لتحديد قدراتك ومدى خبرتك في مجال الاتصال عبر الشبكات. فإذا كانت محصلة علاماتك كالتالي:

- **اعلى من ٣٠:** أنت بلا شك لا تعاني من مشكلة في هذا الخصوص ويمكن اعتبارك من المراسلين الجيدين عبر الشبكات.
- **٢٠-٣٠:** أنت نوعاً ما مرتاح بهذا النوع من الاتصالات وتعرف كيفية الاتصال بالآخرين، ولكن مع فارق بسيط يتعلق بمدى تأثيرك وقدرتك على أن تكون فعالاً في هذا النوع من الاتصالات.
- **اقل من ١٩:** أنت لا تستمتع بوسيلة الاتصال عبر الشبكات ولست بارعاً في هذا المجال... ولكنك تستطيع أن تكون كذلك، و كل ما عليك هو أن تتابع القراءة.





كيفية البدء بكتابة الإيميل الأساسي

في الماضي، كان بعض الأشخاص عند تعرفهم على أشخاص آخرين، يهمهم أمرهم سواء على الصعيد الشخصي أو على صعيد العمل، يقومون بتبادل أرقام الهواتف ويسجلونها على علب الكبريت أو على قصاصات ورقية، على أمل إقامة علاقات معهم، الآن اختلف الوضع، فقد أصبح الناس على الأغلب يتبادلون عناوين بريدهم الإلكتروني.

كلمة إيميل تعني البريد الإلكتروني/ Electronic mail، الذي ينتقل بنفس سرعة الهاتف على شكل رسالة، ولكن مع فارق أنه يسمح لك بأخذ وقتك اللازم للتفكير فيما تريد قوله، وبالاعتماد عليه، أصبح بإمكانك تجنب الإحراج الذي يسببه الصمت في المكالمات الهاتفية عندما يضيع منك الكلام ولا تدري ماذا تقول، كما أصبح يمكنك توفير الوقت الضائع على أبواب مكاتب البريد (التي أصبحت تعرف الآن باسم «البريد البطيء snail-mail»). علاوة على ذلك، أصبح بمقدورك إرفاق رسالتك المرسلة إلكترونياً بالصورة والصوت!

والآن كيف تبدأ؟ إن أول ما تحتاج إليه هو جهاز كومبيوتر. إذا كنت خبيراً بالتعامل مع الكومبيوتر، تصفَّح هذا الفصل لتتعرف على بعض الأفكار المسلية والمفيدة ثم انتقل إلى الفصول التي تليه.

اجزاء أحجية الاتصال عن بعد/Telecom

إن ابسط أشكال الاتصال عبر الشبكات يحتاج لتفاعل معقد بين الإنسان والآلة. وهنا نعرض إليكم العناصر التي يجب توفرها من أجل إجراء اتصال ناجح:

١- إن المتصل هو الذي يصنع رسائل الاتصال عبر الشبكات.

٢- إن جهاز الكومبيوتر المزود بالبرامج المناسبة (software programs)، بما فيها برنامج البريد الإلكتروني، برنامج الدخول إلى غرف الحوار. بالإضافة إلى - هذا إذا أردت أن تكون متتبعاً للتكنولوجية المتقدمة- برامج التحاور المرئي (التي تحتاج بدورها لكاميرا وميكروفون).

٣- جهاز مودم/ modem، يسمح لك بالاتصال عن طريق الإنترنت أو عبر شبكة البريد الإلكتروني، أو خط مباشر مع الإنترنت أو مع شبكة اتصال.

٤- في بعض الشبكات، كتلك المستخدمة في الشركات، تستطيع إرسال إيميل مباشرة من جهاز الكومبيوتر الخاص بك إلى جهاز شخص آخر في الشركة دون الحاجة إلى خدمة الإنترنت.

٥- يلزم وجود شبكة من الكابلات وخطوط الهاتف والأقمار الاصطناعية و/أو كابل الياف بصرية من أجل إرسال واستقبال الاتصالات عبر الشبكات.

٦- جهاز أو مجموعة أجهزة كومبيوتر موجودة عن بعد على الشبكة لتلقي اتصالاتك. متلقٍّ (متلقين) لقراءة وسماع ورؤية الاتصال عبر الشبكة. وهذا المتلقّي يحتاج بالطبع لجهاز كومبيوتر مناسب وبرنامج وشبكة توصيلات في طرفه.

أسس برامج الاتصالات/ Communications Software Basics:

من أشهر برامج البريد الإلكتروني برنامج ميكروسوفت أوتلوك/ Microsoft Outlook. وهو موجود في شكل آخر تحت اسم أوتلوك اكسبريس/Outlook Express، و يأتي هذا البرنامج مجاناً مع معظم أجهزة الكومبيوتر الحديثة كجزء من برنامج ميكروسوفت المستعرض للويب/ Microsoft Explorer Internet browser.

تباع النسخة الكاملة من برنامج أوتلوك مع برنامج ميكروسوفت الكامل ويتضمن ميزات إضافية تمكنك من تنظيم برنامجك الشخصي إضافة إلى تنظيم اجتماعات بين المشتركين في برنامج أوتلوك على شبكة ميكروسوفت (إذا كانت شركتك تستخدم Microsoft Exchange networking feature). اما فيما يتعلق بالبريد الإلكتروني فقط، فإن أياً من برنامجي أوتلوك اكسبريس ونتسكاب مسنجر Netscape Messenger يمكنه القيام بمهمة إرسال الإيميل وبطريقة سهلة.

من أين تحصل على برنامج مجاني للبريد الإلكتروني:

إذا كان لديك جهاز كومبيوتر مرتبط بشبكة الويب، يمكنك تحديث المستعرض والحصول على برنامج مجاني للبريد الإلكتروني بنفس الوقت.

يمكنك الحصول على نسخة مجانية من برنامج Microsoft Explorer تأتي مع برنامج أوتلوك إكسبريس، عن طريق الاتصال بالعنوان البريدي التالي: http:// /www.microsoft.com/windows/ie

أما مستعرض الإنترنت الرئيسي الثاني فهو Netscape Communicator، الذي يحوي ايضاً على برنامج خاص بالبريد الإلكتروني يسمى نتسكاب مسنجر Netscape Messenger. ويمكنك الحصول على نسخة مجانية منه على العنوان التالي:

http://www.netscape.com/computing/download/index.html

ولمعظم برامج الإيميل الحديثة (حتى تلك التي تقدم خدمات مجانية منها) عدة وظائف اساسية هي:

- وظيفة كتابة وصياغة وتهجئة من أجل عمل رسالة الإيميل.
- وظيفة إرسال واستقبال وتحويل من أجل إرسال واستقبال وتحويل الرسائل.
- نظام أرشفة لتنظيم الرسائل الواردة والمرسلة بحسب موضوعها أو تاريخ إرسالها أو أي طريقة أخرى تختارها.
- وظيفة حفظ عناوين البريد الإلكتروني وكافة المعلومات الأخرى المتعلقة بالأشخاص أو الشركات التي تراسلها.
- نظام بحث لتحديد مكان الرسائل في الأرشيف.
- المقدرة على ربط الأرشيف بالرسائل. مثال: قد ترغب في إرسال تقرير عن نتائج الربع الثالث من الموازنة مرفقاً بملاحظة قصيرة تشير إلى مضمون التقرير. إن إرسالك التقرير بصيغته الأصلية مثل تلك المدونة في ملفات اكسل- Excel عبر إيميل يمكن المتلقي من فتح وقراءة التقرير بالاعتماد على البرنامج (السوفت وير - Software) الذي أعده.
- وظيفة إرسال واستقبال الإيميل أوتوماتيكياً في الأوقات التي يحددها المستخدم.
- إمكانية إرسال رد على الرسالة المستلمة أوتوماتيكياً. إن هذه الميزة مفيدة في حال عدم تمكنك من الرد الفوري على البريد الواصل. وهنا سيتم إشعار المرسل اتوماتيكياً بأنك غير موجود أو غير مستعد للرد في حينه. وبهذا يعرف المرسل انك قد تلقيت رسالته وسترد عليه حالما يسنح لك الوقت لذلك.
- إمكانية تحويل الرسائل الواردة إلى أي عنوان. إن هذه الميزة تسمح لك بإرسال الرسائل الواردة إلى أي عنوان بريدي آخر أوتوماتيكياً. وهذه الخاصية ملائمة إذا كنت تستخدم حساب بريد إلكتروني مشترك أو إذا كنت ترغب أن يتم تحويل رسائلك إلى مساعديك في العمل أو زملائك عندما تكون خارج مكتبك.

■ أجهزة أخرى من أجل تغيير صيغ الرسائل وضغط الصور لاختصار مدة الإرسال والمساحة اللازمة على الديسك. (تكون هذه الأجهزة عادة اختيارية ولكن يمكن طلبها مجاناً من الإنترنت).

صيغة الإيميل:

قد يكون الإيميل رسمياً أو غير رسمي، بسيطاً أو معقداً، ولكن كل رسالة ترسل عبر البريد الإلكتروني يجب أن تحتوي على العناصر الثلاثة التالية:

١. سطر العنوان: وهو الذي يعلم النظام إلى من يجب إرسال الرسالة. يمكنك أن تطبع العنوان أو تنقله من دفترك الخاص بعناوين البريد الإلكتروني. ويمكن أن يكون العنوان شخصياً (لشخص واحد) أو لمجموعة أشخاص أو لآلاف المتلقين، اعتماداً على ما يحويه هذا العنوان. إذا لم تسجل أي عنوان على هذا السطر، فإن برنامج بريدك الإلكتروني لن يقوم بإرسال الرسالة.

٢. سطر فكرة الموضوع الرئيسية: يحتوي هذا السطر على عدة كلمات فقط تشرح الفكرة الرئيسية لرسالتك. إن هذا الشيء يمكن المتلقي من تحديد الرسائل التي يجب عليه قراءتها تبعاً لأهميتها. إذا لم تسجل فكرتك الرئيسية على هذا السطر، قد يسجل برنامجك الخاص بالبريد الإلكتروني أوتوماتيكياً عبارة «لا يوجد رسالة» على السطر الفارغ، أو قد يرفض البرنامج المذكور إرسال الرسالة كلها ويطلب منك ملء السطر الفارغ.

٣. نص الرسالة: قد يكون هذا الجزء عبارة عن بضعة كلمات أو صفحات طويلة من المعلومات. ولكن لاحظ أن حاسوب المتلقي قد يرفض استقبال الرسائل الطويلة جداً بهدف حجب الرسائل الرديئة وقطع الطريق على مستخدمي البريد الإلكتروني المزعجين. إذا كنت تريد إرسال ملحوظة قصيرة، يمكنك كتابتها على سطر الفكرة الرئيسية دون كتابة نص في المكان المخصص لنص الرسالة، لكننا لاننصحك بذلك. إنك تستطيع على الأقل إعادة سطر الفكرة الرئيسية، كي لا يظن المتلقي أن الاتصال ناقص وأن الرسالة لم تصل.

لينغو على الخط /LINGO ONLINE

نظام شبكي: - سوف تقرأ هذه العبارة مراراً في هذا الكتاب - وهو عبارة عن مجموعة من الحواسب تستطيع التحدث بعضُها مع بعضٍ، ويمكن أن تكون كبيرة مثل شبكة America Online التي لديها قائمة كبيرة من المشتركين، أو شبكة تربط بعض الأشخاص الذين يعملون أو يلعبون معاً من خلال حواسبهم.

إذا اخترت رزمة برامج أوتلوك/ Outlook أو اي برنامج آخر، عليك أن تكون مطلعاً على بعض المبادئ الأساسية اللازمة لاستخدام هذه البرامج. فمع أن برامج الإيميل تبدو مختلفة عن بعضها البعض على الشاشة، إلا أن عملها وطريقة عملها تبقى إلى حد كبير نفسَها في نظر المستخدم.

عنوان بريدك الإلكتروني:

مثلما تحتاج رسالة البريد العادي لأن يكتب عليها عنوان المرسل إليه والمرسل، كذلك يحتاج البريد الإلكتروني لنفس الشيء.

تستطيع أنظمة البريد الداخلية المحلية والخاصة، كتلك المستخدمة في الشركات والمؤسسات، أن تتعرف إلى عدد كبير من العناوين المختلفة، وكذلك الأمر مع عنوان الإيميل. إذا كان اسمك جون جونز، فإن عنوانك على البريد الإلكتروني سيكون ببساطة ،John Jones، ولكن من الممكن ان يكون أيضاً شيئاً مثل: unix/net/serve/b/J12124322.. تبدو معظم عناوين الإيميل الشائعة كالتالي:

Karen.smith@cellscorp.com أو -jimj

ones@flyby.edu او Jacques@bonjour.ca . الكلمات التي تكتب قبل إشارة @ (اختصار at / اي على او في) تدل على المتلقي شخصياً، اما

الأحرف التي تأتي بعدها فتدل على نظام الحاسوب (domain name / صفة المؤسسة التي ينتمي إليها صاحب صندوق البريد أو يستفيد من خدمتها) الذي يوجد فيه حساب الصندوق البريدي. لاحظ أنه يمكن استخدام الأحرف والأرقام وإشارتي «-» و «.» فَقَطْ في معظم العناوين، لذا تبدو هذه العناوين غريبة أحياناً.

هنالك كثير من الأشخاص الذين يحملون بالصدفة أو بإرادتهم أسماء محيرة أو غير واضحة المعنى، ولكن مهما كانت غرابة هذه الأسماء فإنها تخضع في النهاية لنفس القواعد المطبقة المتعلقة بعناصر العنوان أو الرمز البريدي.

بالنسبة للحرفين أو الثلاثة أحرف الأخيرة من عنوان البريد الإلكتروني أو الإنترنت (مثل com. net. edu. ca. ga. وغيرها) فإنها تدل على نوع الخدمة المعتمدة لحساب البريد. ففي الولايات المتحدة يدل الرمز com. على الحسابات التجارية والأعمال: ويدل الرمز net. على الشركات التي لها حسابات مباشرة مع الشبكة، والرمز edu. يدل على المؤسسات التعليمية. هنالك كذلك في نهاية العنوان أحرف ترمز إلى البلد، مثل، ca التي تدل الحساب الكندي،.dr التي تمثل الحساب الألماني،.gr التي تمثل الحسابات في اليونان.

■ الأنظمة (DOMAINS) الأكثر شيوعاً المعتمدة في الولايات المتحدة:

شبكة أربانيت القديمة - ARPA	العسكري الأمريكي - MIL
التجاري الأمريكي - COM	حقل الناتو - NATO
الشبكة - NET	التعليمي الأمريكي -EDU
دولي -INT	المنظمات التي لا تهدف الربح - ORG
الحكومة الأمريكية - GOV	

رموز الدول - Country Domains

CF جمهورية أفريقية الوسطى

BB بريا دوس

AD اندورا

CG كونغو

BD بنغلاديش

AE الإمارات العربية

CL تشيلي

BI بوروندي

CX جزيرة الميلاد

BW بوتسوانا (Botswana)

AT النمسا

CY قبرص

BY بيلاروسيا

AU أستراليا

CZ الجمهورية التشيكية

BZ بيليز (Belize)

AW أوروبا (Aruba)

DE المانيا

KG كيرغستان (Kyrgyzstan)

GQ غينيا الاستوائية

KH كمبوديا

GR اليونان

DZ الجزائر

PT البرتغال

CH سويسرا

BE بلجيكا

AF افغانستان

CI ساحل العاج

BF بوركينا فاسو

AG أنتيغوا وبارابودا

CK جزر الكوك

BG بلغاريا

AI انغويلا (Anguilla)

BH البحرين

AL البانيا

AM أرمينيا

CM كاميرون

BJ بينين

AN جزر الأنتيل الهولندية

CN الصين

BM برمودا

AO انغولا

BN دار السلام

CO كولومبيا

BO بوليفيا

CR كوستاريكا

BR البرازيل

CS تشيكوسلوفاكيا (سابقاً)

BS البهاما

KI كيريباتي (Kiribati)

GS جــزر ســان جــورجــيــا وســان

ساندويتش EC

الإكوادور KM

كوموروس (Komoros)

EE استونيا

KW الكويت

HK هونغ كونغ

ET إثيوبيا

KY جزر الكايمان (Cayman Islands)

HM جزر الهيرد وماكدونالد

FI فنلندة

KZ كازاخستان

FJ فيدجي

LA لاوس

HN الهندوراس

FK جزر الفولكلاند

LR ليبيريا

IE ايرلندة

FX الميتروبوليتان الفرنسية

LS ليسوثو (Lesotho)

IL إسرائيل

LT ليتوانيا

IN الهند

AQانتاركتيكا (Antarctica)

CU كوبا

BT بوتان (Bhutan)

AR الأرجنتين

CV كيب فيردي (Cape Verde)

BV جزيرة بوفيت (Bouvet Island)

BA البوسنة والهرسك

CC جزر الكوكوس (القوقاز)

DJ جيبوتي

JO الأردن

GM غامبيا

DK الدنمرك

GN غينيا

DM الدومينيك

KE كينيا

GP غوادالوبيه

DO جمهورية الدومينيك

سان كيت ونيفيز (Saint Kitts & Navis)

GT غواتيمالا

EG مصر

GU غوام (Guam)

EH الصحراء الغربية

KP كوريا الشمالية

GW غينيا بيساو

ER اريتريا

KR كوريا الجنوبية

GY غويانا

GA الغابون
LU لوكسمبورغ
IO دول التاج البريطانية
GB بريطانيا العظمى
MD مولدافيا
IT إيطاليا
GI جبل طارق
MG مدغشقر
JM جامايكا
GL غرينلاند
PM سان بيير وميكيلون
NE النيجر
MH جزر المارشال
NF جزر النورفولك Norfolk Island
MK النرويج
MO مكاو
PY باراغواي
NP نيبال
MP جزر ماريانا الشمالية
QA قطر
NR ناورو - Nauru
RE ريونيون - Reunion
NT المنطقة المحايدة
MQ المارتينيك

ES أسبانيا
LC سانت لوشيا (St. Lucia)
HT هاييتي
FM ميكرونيزيا (Micronesia)
LI ليشتشتاين
HU هنغاريا
FO جزر الفارو (Faroe)
LK سري لانكا
ID اندونيسيا
LB لبنان
HR كرواتيا
FR فرنسا
RO رومانيا
NU بنما
MV المالديف
SC سيشيل
PE بيرو
MW مالاوي
SD السودان
PF بولينيزيا الفرنسية /
French Polynesia
مكسيكو
SE السويد
PG بابوا نيو غينيا / Papua
.N.G
MY ماليزيا
SJجزر سفالبارد وجان ماين /

ROMXSL سيراليون

VG الجزر العذراء (بريطانية)

TN تونس

VI فيرجن آيلاند الأمريكية

TO تونغا Tuvalu

توفالو-ST

ساو توم وبرينسيب - Sao Tome & Principe

WS ساموا

TY تايوان

SU الاتحاد السوفيتي (سابقاً)

YE اليمن

TZ تنزانيا

YT مايوت /Mayotte

UA أوكرانيا

SV السلفادور

YU يوغوسلافيا

TD تشاد

ZW زيمبابوي

UY أوروغواي

TF المقاطعات الجنوبية الفرنسية

UZ أوزباكستان

PW بالاو / Palau

MN منغوليا

AS الساموا الأمريكية (Samoa A)

.Svalbard & Jan Mayen Isd

TK توكيلاو / Tokelau

SK الجمهورية السلوفاكية

VE فنزويلا

NL هولندة

LV لاتفيا

GD غرينادا

LY ليبيا

IQ العراق

GE جورجيا

MA المغرب

IR إيران

GF غويانا الفرنسية

MC امارة موناكو

IS أيسلاند

GH غانا

VA دولة الفاتيكان

TH تايلاند

TG توغو

TM تركستان

مقدونيا

PN بيتكايرن Pitcairn

NG نيجيريا

ML مالي

PR بورتوريكو

NI نيكاراغوا

MM ميانمار

ميزة ذكر الاسم فقط ALIAS

يمكنك استخدام ميزة الاسم المستعار «alias» للبريد الإلكتروني. هذه الخدمة تعرض اسمك فقط (جون جونز) إلى من يتلقى رسالتك ولكنها تحول الاسم تلقائياً إلى عنوانك الكامل عندما يعود البريد إليك أو عندما يرسل ذلك الشخص رسالة رد إليك.

يمكنك أيضاً عمل مواقع بهذه الطريقة للأشخاص الذين ترسل لهم رسائل بشكل مستمر. عادة أنت تقوم بهذا العمل عن طريق دفتر هاتفك أو في منطقة الاتصال من برنامج بريدك الإلكتروني. (عد إلى ملفات برنامج البريد الإلكتروني «مساعدة /help» لتتعلم كيفية تصميم هذه الميزة (alias)؛ ولكن لا تنسَ أنها عادة تسمى قوائم أو حسابات الاتصال /contact list or accounts. توفر هذه الميزة لك الوقت والجهد اللازمين لتذكر عناوين بريدك الإلكتروني الكاملة. فما عليك إلا طباعة اسم المتلقي فقط في المربع الخاص بعد كلمة إلى: /: To. وسيقوم البرنامج بعمل الباقي.

إيميل مجاني:

يمكنك اليوم الحصول على خدمة بريد إلكتروني مجانية من مواقع كثيرة، بما فيها موقع ياهو Yahoo!، هوت ميل Hotmail، و نيتزيرو Net zero وغيرها من المواقع. وحسب نوع النظام الذي تتصل من خلاله، يتطلب منك الأمر استخدام برنامج خاص بالإيميل، أو قد يمكنك الدخول مباشرة إلى كافة خصائص النظام عن طريق عالم الويب World Wide Web . قد يكون الدخول لإرسال واستلام رسائل مقيداً أو محصوراً في بعض الأحيان. على أية حال، فإن معظم أنظمة الإيميل المجانية الكبيرة مثل (Yahoo! - Hotmail) تقدم خدمات غير محدودة بشأن استلام وإرسال الرسائل.

إذا كنت تستخدم نظام بريد مجاني، قد تظهر لك إعلانات تجارية كثيرة يمكنك تجاهلها إن أردت، أما إذا لفت نظرك أحد تلك الإعلانات، افتح ذلك الإعلان وانظر ماذا يقدم لك، ولكن بالطبع لاتنسَ إنهاء رسالتك أولاً.

خدمات شبكات البريد الإلكتروني:

إن أكثر أنظمة خدمة البريد الإلكتروني شيوعاً هي التي مع شبكة اتصالات التي تشترك بها، مثل AOL التي ترمز لعبارة أمريكا على الخط أو أميركا أون لاين America Online. يدفع ملايين المستخدمين أجوراً شهرية بسيطة نسبياً لقاء اشتراكهم بشبكة AOL الفريدة التي تقدم خدمات مميزة تتنوع بين تقديم المعلومات وخدمة البريد الإلكتروني وغرف الحوار. ويعمل نظامها البريدي تقريباً مثل برنامج Outlook وغيره من برامج البريد الإلكتروني، إلا أنه يتميز بسهولة استخدامه بالنسبة لحديثي التعامل مع الحاسوب، كما أن العناوين تكون أسهل عندما تراسل أشخاصاً من مستخدمي شبكة AOL، لأن كل ما تحتاج إليه هو ذكر اسم مستخدم هذه الشبكة بدون ذكر aol.com@ التي نذكر في نهاية العنوان عادة. إضافة إلى ذلك، يستلم المرسل إشعاراً أو تأكيداً بوصول أو عدم وصول الإيميل إلى من يراسلهم من مستخدمي هذه الشبكة.

بعض الناس يفضلون الاشتراك بشبكة (Provider Internet Service /ISP) التي تسمح لهم بدخول الإنترنت، بالإضافة إلى الإيميل والتشات (غرف الحوار) والإمكانيات المتنوعة لعالم الويب World Wide Web.

رسالة الإيميل وكيف تبدو:

To: Jerry@serrin7.com
Subject: Forbin Delivery Problems
From: Kenr@serrin7.com
Talked to the Forbin Project people. Theyre worried about a delay in the next order. Can you do anything?
-- -----------------------------Headers-------------------------
------Return - Path : <---- owner - dmanhand - bradjanetshake 7-test@LISTERV.BRADJANET.COM---->
Received: from lmailbradjanet.com (lmailbradjanet2.bradjanet.com

[152.163.225.391] by air-
05 Apr.yao4.mail.brajanet.com (v70.20) with ESMTP: Wed
2000 18:36:43 -0400
Received: from LISTERV.BRADJANET.COM by lmailbradja-
net2.bradjanet.com (LSMTP for Windows NT v1.1b) with SMTP id
<-----3@lmailbradjant2.brdjanet.com----->Wed
5 Apr 2000 18:35:51 -0400،
MIME-Version: 1.0
Content-Type: text/plain; charset ="US.ASCII"
Content-Transfer-encoding: 7bit
X-Mailer: BRADJANET for Dmanhanditosh sub 60
Message-ID: <----71.20e692f.261d1917@bradjanet.com ---->
.Date: Wed 5 Apr 2000 18:32:55 EDT

في الإيميل المذكور أعلاه، ادرجنا «الراسية أو الترويسة - Header» (*) الكاملة التي تدل على كافة التفاصيل و«الطُرف» التي تذكر قبل الرسالة الفعلية. وقد أوردناها لك كي لا تصاب بالذعر إذا ما وجدت مثلها أو ما يشابهها في إيميلك. وسواء أظهر بريدك الإلكتروني ترويسة أم لم يظهرها فإن هذا ليس بالأمر الهام. لذا فإن بعض برامج البريد الإلكتروني تخفيها، وبعضها يوردها، وبعضها الآخر يترك لك الخيار.

وتبدو بعض الترويسات معقدة جداً، وبعضها الآخر بسيطاً، إلا ان محتوى كل الترويسات هام فقط بالنسبة لإدارة النظام التي تستخدم المعلومات الموجودة لتحليل أو تشخيص مشاكل مسار الرسائل (احياناً).

(*) الترويسة المذكورة أعلاه هي في الواقع مأخوذة من رسالة أخرى، لكنها ذكرت لبيان كيف تبدو الرسالة. وسنخفي حتى نهاية الكتاب كل المعلومات المتعلقة بالترويسة لأنها تأخذ مساحة كبيرة وهي مهمة فقط بالنسبة للأشخاص الذين يقومون بحل مشاكل أنظمة وبرامج الاتصالات.

نموذج عن إيميل بسيط:

To: Jerryb@serrin.com

Subject: Forbin Delivery Problems

From kenr@serrin7.com

Talked to the Forbin Project people. Theyre worried about a delay in the next order. Can you do anything?

-------------------- Headers----------------------

في هذه الرسالة لم تذكر أي عبارة شخصية أبداً. فلا توجد تحية ولا توقيع ولا مقدمات: فإذا كنت لا تعرف ما هو مشروع فوربين /Forbin Project، فإن محتوى الرسالة سيكون بلا معنى بالنسبة لك.

إن المرسل في الإيميل المذكور يعتمد على معلومات المرسل إليه حول هذا الموضوع التي ستساعده على فهم ما وراء هذه الرسالة. وسيستخدم هذه الصيغة المختصرة ليشير إلى أنه يتابع الوضع ولكن ليست لديه أية معلومات جديدة.

الرسالة غير الرسمية المذكورة أدناه تبدو مشابهة، إلا أن أسلوبها لا يستخدم إلا بين الأصدقاء، مع أفراد الأسرة وزملاء العمل المقربين الذين سيتفهمون أسلوبك المختصر.

نموذج لرسالة غير رسمية:

Liz got her new job! I wanted you to be the first to know. I'll call later!

------------------------------ Heading ----------------------

رسائل البريد الإلكتروني الاعتيادية:

يكون لمعظم رسائل الإيميل محتوى أكبر مما ورد في النماذج السابقة. فبعد تحية الفريق مستلم الرسالة، ينقل الإيميل مضمون الرسالة بالتفصيل الكافي بحيث يصبح مفهوماً بالنسبة لقارئه، ثم ينتهي بذكر اسم المرسل.

نموذج إيميل عادي:

To: jerryb@serrin7.com
Subject: Possible Forbin Delivery Problems
From: kenr@serrin7.com
mbond@serrinmain.com.Cc ecterc@serrin7.com (Ester Cervantes)
(Mike Bond)

مرحباً هال! تحدثت بالأمس مع المعنيين في مشروع فوربين. وقد عرفت أنهم مسرورون من تقنيتنا الجديدة وسرعتها، مقارنة مع التقنية التي كانوا يعتمدونها. وقد قال غلين بالمر، أحد المهندسين في الشركة، إنّ الحاسوب أصبح هائلاً لدرجة أنهم أصبحوا يسمونه بالضخم! إن اهتمامه الوحيد هو وصول الشحنة التالية من الأنابيب ثلاثية الصمامات في الوقت المحدد للمرحلة التالية من التطوير (التي ستبدأ في الحادي عشر من آذار). لقد أكدت له أننا لن نتأخر عن الموعد. وأود منكم تأكيداً على أن هذا الموعد مناسب لكم.

كين Ken /

---------------------Headings--------------------

هذه الرسالة واضحة ومفهومة، فيها المعلومات اللازمة وتحتاج لرد. وقد حددت اسم مستلم الرسالة كما أنها موقعة.

هذه هي الصيغة العادية للاتصال بين زملاء العمل، بين أفراد العائلة وبين الأشخاص الآخرين، لاحظ طول الرسالة المناسب، والذي يعطينا من خلال قراءة

سـريعـة كافـة التـفـاصـيل اللازمـة، ولكن هنا أيضـاً ينبغي أن تكون ملمـاً بموضـوع الرسالة كي تستطيع فهمها.

الرسائل الرسمية:

في إي اتصال بين الناس يكون لاختيار الكلام واللهجة والأسلوب التأثير الأول والأخير لنجاح هذا الاتصال، يمكنك في بعض الأحيان أن تكتب بأسلوب هزلي وشخصي، ولكن عندما يتعلق الأمر بالعمل وببعض المجالات خاصة كالهندسة والعلوم وبرمجة الجداول وغيرها من الأمور التي تحتاج لمعلومات وتقارير واضحة، فإن الأسلوب يجب أن يكون جدياً مباشراً.

هناك أيضاً نوع آخر من نصوص الرسائل، كالنصوص القانونية، أو النصوص التي تخبر بموت صديق أو أية أخبار أخرى (خاصة غير السارة منها)، هنا يتطلب الأمر أن يكون الأسلوب رسمياً أكثر.

إذا كنت في شك من الأسلوب الصحيح الذي كتبت به رسالتك، استشر شخصاً آخر تثق به وأطلعه على رسالتك قبل أن تقوم بإرسالها.

رفع درجة الرسميات:

نعرض إليكم فيما يلي رسالة تحمل طابعاً أعلى من الرسميات:

نموذج لرسالة رسمية:

To: Jerryb@serrin7.com

Subject: Possible Forbin Delivery Problems

From kenr@serrin7.com

mbond@serrinmain.com.ccesterc@serrin7.com (Ester Cervantes)

(Mike Bond)

29 أيار، ٢٠٠١

عزيزي السيد بيلنفهام،

تحدثت يوم الثلاثاء الماضي (بتاريخ ٥/١٨) مع جينين فوربس، المدير المساعد لمخبر ويفري ورثينغ، ومع المهندسين غلين بالمر وجون جورج في مشروع فوربين. كان السيد ورثينغ مسروراً بتقنيتنا الجديدة وبسرعتها بالنسبة لمنتجات ريفر تكنولوجي التي كانت تستخدم منذ شهر أيار، ١٩٩٩ وحتى كانون الثاني من هذا العام. وقد شرح لنا السيد بالمر الأمر قائلاً: أن أعمال الكومبيوتر قد أخذت تزداد بشكل هائل وأسرع من الإمكانيات المتوفرة لديهم، بحيث أصبحت أيضاً تشمل الموازنة بشكل غير متوقع، وقد أصبحوا يطلقون على المشروع لقب «الضخم» (كولوسوس / Co-lossus). ويجب ان اذكر اني قد لمست اهتماماً خفياً بالشحنة التالية من انابيب L٦٦، التي تم استخدام الذهب والبلاتين فيها، كما تذكر، والتي التهمت السيولة النقدية للشركة من أجل شراء الكميات اللازمة من هذين المعدنين الثمينين.

من المعلوم أننا كنا قد أرسلنا عدة شحنات مؤخراً، ولكن هذا الطلب من شركة فوربين هو الأكبر حتى الآن. لذا فإن أي تأخير سيؤثر على مواعيد إنهاء مشروعهم.

أود الحصول منكم على تأكيد بأن موعد التسليم مناسب وسيتم في حينه.

إذا أصْبَحَ مشروع «كولوسوس» كبيراً إلى الدرجة التي تتوقعها شركة فوربين، فإن هذا يعني أن هناك فرصة لنا لنظل المزود الرئيسي لهم بالمزيد من تقنياتنا في مجال الأنابيب.

تم إرسال نسخة من هذه الرسالة عن طريق البريد العادي تحسباً من عدم وصول هذا الإيميل بسبب بعض المشاكل المشابهة التي واجهتنا مؤخراً.

المخلص

كين

نائب رئيس فرع التسويق الفني

--------------------Headers--------------------

من الواضح أنه كلما زادت درجة الرسميات ودقة المعلومات، كلما ازداد طول الرسالة أكثر: لذا فإنه من الضروري ذكر الأمور الضرورية والهامة فقط، عليك تحديد المعلومات التي تريد نقلها وعدم الإسهاب مراعاة لقارئ رسالتك. وإذا كنت تعتقد أن المتلقي يعرف النقاط التي تتحدث عنها، فعليك التنويه بذلك، كما في النموذج التالي:

عزيزي السيد بيلنغهام:

اود أن أطلعك على آخر التطورات بخصوص موضوع مشروع فوربن. أعرف انك قد تكون على علم ببعض هذه المعلومات التي انقلها إليك، ولكني أحاول نقل كافة التفاصيل إليك لأني لا أريد ان يفوتك اي منها...

قد يبدو أحياناً أن عدم إرسال اية رسالة افضل من إرسال أخبار غير سارة. ولكن إذا كان السكوت من ذهب فإن عدم إبقاء الأشخاص المهمين بالصورة الحقيقية للأوضاع قد يزعجهم ويسيئهم جداً اكثر من سماع الخبر غير السار، خاصة إذا بدا الأمر وكأنك تتجاهلهم أو تخفي معلومات عنهم.

البريد العائد:

لابد أن احدنا قد شاهد فيلماً أو سمع قصة عن رسالة حب ضاعت في البريد، ثم ظهرت فجأة بعد مرور خمسة وعشرين عاماً. لسوء الحظ، فإن هذا قد يحدث فعلاً في الواقع، ومثالنا على ذلك ضياع عربتين كاملتين محملتين بالرسائل، قبل عقدين من الزمان، من البريد المنقول بالسكة الحديدية. ولكن مع ذلك، صحيح أن البريد الإلكتروني يتفوق على البريد العادي من حيث السرعة والسهولة. إلا أنه غير محصن من الضياع تماماً كما هو الحال في البريد العادي.

لماذا؟ السبب هو وجود عدد كبير من العوائق التي قد تحجب رسالتك. قد لا تغادر رسالتك جهازك لأنك ببساطة قد تهيها. إذا كنت على برنامج أوتلوك / Outlook. بالضغط على الأزرار غير الصحيحة.

قد تواجه أيضاً مشاكل في الشبكة من طرفك أو من طرف المتلقي. أو بسبب الإرسال بينكما، وهنا يكون طلب المعونة من الخبير الفني أو من مزود الشبكة ضرورياً. بالرغم من اضطرارك للانتظار مدة لابأس بها، أو لدفع أتعاب مقابل إصلاح الخلل.

إن مؤسسات الشبكات، خاصة تلك التي تقدم خدمات مجانية منها (ولن نذكر أسماءها لتجنب الملاحقة القانونية)، قد تضيع آلاف بل حتى ملايين الرسائل دون معرفتك بذلك. لذا فإن الرسائل الهامة التي على شاكلة «إننا مضطرون لإنهاء خدماتك اعتباراً من يوم الغد بسبب سرقتك لعلبتين من أقلام الرصاص»، يجب أن تتبع برسالة تأكيد أخرى، لتتحقق من وصول رسالتك عبر الشبكة التي تعتمدها (من مستخدم بريد AOL إلى مستخدم آخر لنفس البريد- ولا تنس تفقد صندوق البريد العائد)، أو عليك الاتصال هاتفياً أو إرسال رسالة بالبريد العادي إذا كان الأمر هاماً فعلاً بالنسبة لك.

كتابة رسالتك الأولى على الشبكة - النقاط الأساسية:

وصلنا أخيراً إلى الجزء الممتع من الموضوع - الا وهو تعلم كيفية كتابة رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بك. بداية عليك تعلم استخدام برنامج الإيميل الذي تستطيع تحقيقه عن طريق اتِّباع إرشادات استخدام البرنامج أو غيرها من الوسائل المساعدة، إضافة إلى معرفة عناوين الأشخاص الذين تريد مراسلتهم. لكن عليك أن تكون متمكناً من طريقة بدء وإنهاء رسالة الإيميل.

وجهة النظر القانونية:

إن الكثير من القضايا تدور الآن في المحاكم، بهدف إعطاء رسائل الإيميل نفس الصفة الشرعية للرسالة الفعلية، طالما أنها مذيلة باسم المرسل الكامل (الأمر الذي سنتحدث عنه لاحقاً)، ولكن الحكم في هذا الأمر لم يحسم بعد.

عليك عدم إرسال أية أخبار هامة وحساسة، مثل الاتفاقيات القانونية، مطلقاً بدون التأكد من وصولها. كما أنه عليك عدم إرسال أية وثائق قانونية حساسة عبر البريد الإلكتروني حتى تبت المحاكم بأمرها في هذا الشأن. بالطبع يمكنك إرسال بعض المسودات والصيغ غير النهائية، بالإضافة إلى إجراء محادثات أولية عبر غرف الحوار، مفترضاً أن مثل هذه المحادثات لن تعرض على المحاكم لتكون بين الأوراق الثبوتية للقضايا المطروحة.

ولكن هذا المجال في تطور دائم، لذا عليك أن تبقي عينك على آخر التطورات والقرارات التي قد تصدر لصالح أو ضد قبول شرعية الوثائق المنقولة عبر هذه الوسيلة. ومع تطور موضوع التوقيع بالبصمات، وازدياد التدابير المتخذة لضمان رسائل البريد الإلكتروني، إضافة إلى الحاجة للسرعة في البت ببعض القضايا القانونية، يبدو مستقبل موضوع الاعتراف بشرعية البريد الإلكتروني ضرورة حتمية مثل بعض الأمور التي لا تقبل الجدل كالموت والضرائب على سبيل المثال.

- **سطر موضوع الرسالة الرئيسي ونصها:**

بعد إدخال عنوان المرسل إليه، عليك ملء السطر المخصص للفكرة الرئيسية. سنتطرق في الفصل التالي لكيفية كتابة الأفكار الرئيسية بطريقة فعالة وناجحة. أما الآن نكتفي بتذكيرك أن الفكرة الرئيسية يجب أن تكون قصيرة وواضحة وتفي بالمعنى المطلوب. بعد ذلك تقوم بكتابة نص رسالة الإيميل، التي يجب أن تتضمن مقدمة وعرضاً وخاتمة.

إن كل وسيلة اتصال حديثة تبتكر طقوسها الخاصة من أجل استهلال الرسالة وإنهائها. فالمكالمة التلفونية على سبيل المثال تبتدئ بكلمة «ألو» وتنتهي بكلمة «إلى اللقاء». والرسائل العادية فتبدأ بكلمة «عزيزي» وتنتهي بكلمة «المخلص». أما الإيميل، فلكونه حديث العهد، لم يبتكر بعد أية قواعد خاصة بشأن بدء الرسالة وإنهائها.

كثير من الناس لا يبدؤون رسائلهم بالتحية ولا يختمونهَا بالتوقيع، إذ يكتفون بكتابة صلب الموضوع. على كل حال فإن هذا الأسلوب غير لائق ويصبغ رسالتك بطابع غير رسمي. ونحن نرى أن بدء الرسالة بالتحية وإنهائها بتوديع المرسل إليه هام جداً في الاتصال عبر الشبكات.

- **عبارات التحية والسلام:**

في معظم الحالات، تشكل التحية العبارة الاستهلالية لرسائلك عبر البريد الإلكتروني. وعادة ما يكون من الصعب انتقاء عبارات التحية المناسبة، خاصة إذا كنت تراسل شخصاً له حضارة ولغة مختلفة. في الولايات المتحدة مثلاً يمكنك أن لا تتقيد بالشكليات تماماً، ولكن عليك أن تبقى حذراً من تجاوز الحدود المفروضة أو من استعمال كلمات «حساسة» تزعج الآخرين.

عليك ملاحظة أن اسم العائلة يذكر أولاً عند بعض الشعوب، بينما يذكر بعضها الآخر الاسم أولاً. كما أن الاسم قد يكون واضحاً إن كان لرجل أو سيدة، ولكن قد يختلط الأمر عليك أحياناً أخرى ولا تدري إن كان الاسم يدل على امرأة أو رجل، لذا قد تسيء استخدام اللقب المناسب.

ففي الولايات المتحدة أيضاً يبدو استخدام كلمة «السيد» غير لائق إذا كنت غير متأكد من أن الشخص الذي تراسله ذكر. وكذلك فإن استخدام الاختصار «Ms» أفضل عندما تراسل امرأة «سيدة كانت أم آنسة» إلا إذا كنت متأكداً من اللقب الذي تفضله.

إن استخدام الاسم الأول لمستلم الرسالة في الولايات المتحدة مقبول عادة، لذا يمكنك بدء رسالتك بذكر الاسم الأول بعد كلمة «عزيزي/ Dear» كما هو مبين هنا:

عزيزي كيم: / Dear Kim

وكلمة Dear في اللغة الإنكليزية تقال للرجل والمراة معاً. لذا يمكنك استخدامها عندما تكون غير متأكد من جنس من تراسله، ولكن عليك الانتباه إلى الكلمات التي تستخدمها بحيث لا تكشف جهلك بجنس الشخص المذكور.

أما إذا كنت تراسل مجموعة من الأفراد، فيمكنك ذكر كلمة «أعزائي» ومن ثم ذكر صفة المرسل إليهم، مثل:

أعزائي مدراء المشروع:

أو: أعزائي أعضاء نقابة المعلمين:

هل انت بحاجة حقاً لعبارات التحية؟

لاجدال أن الإيميل يعتبر وسيلة اتصال ذات طابع غير رسمي نظراً لعدم تركيزه على موضوع الأسماء والألقاب التي تذكر عند التحية. وهنا نورد مثالاً: الرسالة التالية التي لم يذكر فيها أي اسم لأن الرسالة ليست مرسلة إلى شخص بعينه وإنما إلى أي مستخدم لشبكة الويب:

مرحباً! لقد تجولت في موقعك على شبكة الويب ولاحظت أنك لم تذكر عنوان كتابي الصحيح. فالعنوان الصحيح هو (الدليل الشامل لإدارة المشاريع - الطبعة الثانية).

ساني بيكر

مؤلف

عندمـا نريد تحيـة أشخـاص نعرفهم، نستخـدم عـادة كلمـة «هاي» عوضـاً عن «Hello». إن استهـلال الإيميل بعبـارة «صبـاح الخيـر» أو «مـسـاء الخيـر» يبدو عديم المعنى، لأنك لا تعلم متى سيتـسنى لمستلم الإيميل قـراءته. وحاول تجنب كلمـة «تحيـاتي / Greetings» في الولايات المتحدة لأنها تذكر الناس بالمسودات المكتوبة أو بإعلانات البريد غير المقنعة.

ومـرة أخـرى عليك أن تكون حـذراً من مـوضـوع اخـتـلاف الحضـارات والخلفـيـات الثقـافـيـة. فـأهل السـاحل الشـرقي للولايات المتحدة أكثـر اهتـمـامـاً بالشكليات والأمور الرسمية من أهل الساحل الغربي. أما الألمان فهم رسميون أكثر في تعاملهم مع الآخرين: فقد يمضي أحدهم سنوات عديدة في عمله دون أن يفكر برفع الكلفة ومناداة زمـلائه في العمل الذين يعمل معهم جنباً إلى جنب بأسـمائهم الأولى. إن استهـلال أية رسالة تكتبها إلى أي شخص في ألمانيا بعبارة «عزيزي فلان» تبدو فكرة غير صائبة.

أما في حال معرفة المرسل إليه جيداً، فإن معظم خبراء كتابة رسـائل الإيميل يكتفون بذكر الاسم الأول كتحيـة. قد يبـدو هـذا الأسلوب فـجـاً لبعض الأشـخـاص، ولكن الأمـور تسيـر عـادة على هذه الشـاكلة- لذا عليك عدم تحـميل هذا الأسلوب أكثر من معناه.

نموذج لرسالة تكتفي بذكر الاسم الأول كتحية:

سـال،

يبدو اقتراحك حول تناول طعام الغداء خارجاً رائعاً! ما رأيك بيوم الثلاثاء؟

- سـام

إذا كنت تعرف الشخص الذي تكتب إليه، وكانت علاقتكما جيدة ومتناسبة (أي أن سال ليس رئيس الولايات المتحدة)، يمكنك اعتماد هذا النموذج من رسائل البريد الإلكتروني.

- من أنت؟

إذا كنت تراسل أشخاصاً لا تعرفهم بعد، عليك أولاً أن تقدم لهم إجابات الأسئلة التالية:

١. من أنت؟

٢. كيف سمعت عن الشخص الذي تراسله؟

٣. ماذا تريد منه؟

٤. لماذا يتوجب عليه الاهتمام بالرد على رسالتك؟

(إذا لم تستطع الإجابة عن هذه الأسئلة، لا داعيَ لإرسال الإيميل).

إن ذكر بعض تلك المعلومات عند التوقيع (ذكر اسم المرسل) أفضل من عدم ذكرها بالمرة، ولكن يفضل ذكرها في أول الرسالة لعدة أسباب:

١. هنالك كثير من الناس الذين يتلقون آلاف الإيميلات كل يوم، لذا فإنهم يقومون بقراءتها بسرعة. فإذا لم تذكر اسمك منذ البداية وتعرف عن نفسك، قد يلغي القارئ رسالتك قبل قراءة التوقيع المذيل في أسفل الرسالة.

٢. إن شخصيتك هي المفتاح الذي يشجع القارئ على قراءة نص الرسالة (صلبها).

٣. إذا تعرضت رسالتك لمشكلة في الإرسال، فإن الجزء الأخير من الرسالة معرض للضياع أكثر من الجزء الأول.

قد تأخذ الإجابات الجيدة على تلك الأسئلة عدة أشكال، مثل:

عزيزتي السيدة بيكر:

اعمل محرراً في دار نشر فالكر غراي، وقد تعرفت على زوجك الأسبوع الماضي ونحن على متن طائرة الخطوط الأمريكية. لقد أخبرني زوجك أنك مهتمة بنشر مقال حول كتابك الذي يبحث في إدارة الأعمال. لقد قرأت الكتاب ويسرني أن أتعامل معك بهذا الخصوص إن رغبت في ذلك.

أو:

اسمي فرد كارتر وأعمل مستشاراً قانونياً في شركة الحواسب الضخمة. لقد ازعجنا تشهيرك بنا وبأجهزتنا في مقالتك التي كتبتها حول إدارة المشاريع. لذا نطلب منك الكف فوراً عن ذلك وعدم الإشارة إلى هذه الشركة في مقالاتك مستقبلاً، إضافة إلى نشر اعتذار رسمي في العدد القادم من المجلة. وإذا لم تفعل ذلك، فإنا مضطرون لملاحقتك قضائياً.

أو ربما:

مرحباً، ساني بيكر: لقد بدأت بكتابة رسائلي عبر الإيميل منذ فترة قريبة، وقد قرأت كتابك حول الاتصال عبر الشبكات. لاأدري إذا كنت أنت الشخص المناسب لسؤاله عن هذا، ولكني أود معرفة معنى كلمة / Mister / في اللغة الألمانية. إذا كنت تستطيعين الرد علي، أعدك بشراء كتابك التالي.

شكراً لمساعدتك.

فريد كارتر

- خاتمة الرسالة والتوقيع (ذكر اسم المرسل):

يجب أن تكون الخاتمة بسيطة. إذا كانت رسالتك غير رسمية انهها بكلمة «شكراً» (إذا كانت ملائمة) ثم اذكر اسمك. أما إذا كانت الرسالة رسمية، استخدم نفس العبارات التي تنهي بها رسائل العمل مثل «المخلص».

يمكنك كتابة التوقيع الذي تختاره، ومعظم الناس يستخدمون أسماءهم بالإضافة إلى ذكر مرجع للتعريف بهم. ولكن انتبه إلى عدم المبالغة في ذلك، كما هو الحال في المثال التالي:

نموذج عن المبالغة في ذكر التوقيع:

هاي جوي. متى يكون الوقت مناسباً لك لتناول طعام الغداء معي؟

سال مايرز

ونكا توولز

٥٥٥ انونيمس لاند

ريدلاندز، كاليفورنيا ٩٢٣١٤

+١(٩٠٩) ٥٥٥-١٢٣٤ فويس

+١(٩٠٩) ١٢٣-٤٥٦٨ فاكس

Inc.,Wonka Tools

555 Anonymous Land

CA 92314,Redlands

+1 (909) 555-1234 voice

+1 (909) 123-4568 FAX

smeyers@wonkatools.com (work)

sally777@earhlink.net (personal)

إن مثل هذا التوقيع الطويل من أجل سؤال بسيط تسأله سالي لصديقها يشكل تناقضاً مضحكاً. إن معظم ما ورد بعد الاسم يبدو غريباً عن سياق الرسالة (طالما أن المرسل إليه يعرف المرسِلة جيداً كما هو واضح). فمن المؤكد أن جوي ليس بحاجة لمعرفة رقم فاكس سالي أو اسم الشارع الذي تقطن فيه (وإذا اضطر لإرسال فاكس أو طرد بريدي إليها، يستطيع طلب العنوان في حينه). يكفي أنه يعرف الآن عنوانها على البريد الإلكتروني.

يفضل ذكر اسمك خاصة إذا كان غير مذكور في السطر المخصص لـ «مِن:» (From:) (وتستطيع التأكد من وجود اسمك أو عدم وجوده بإرسال إيميل لنفسك وهو أمر ممكن).

يمكنك أيضاً ذكر رقم الهاتف - إذا كنت مستعداً للرد على المكالمات الهاتفية -. عادة ما يكون التعبير عن العواطف أسهل عبر الهاتف، لذا يفضله بعض الناس.

إذا كانت الرسالة بخصوص العمل، يفضل ذكر اسم الشركة حتى لو كان المرسل إليه يعمل فيها أيضاً. كما يفضل، في الرسائل الرسمية بخصوص العمل أو المرسلة إلى زملاء العمل، ذكر مركز المرسل العملي أو وظيفته.

هنالك شيء مفقود في رسالة سال مايرز فيما يخص التوقيع، ألا وهو ذكر مركزها أو وظيفتها، الأمر الذي له تأثير كبير على القارئ أكثر من أي شيء آخر.

نموذج عن التوقيع اللازم في الرسائل القصيرة:

سال مايرز

مدير مبيعات إقليمي

هـ: +١ (٩٠٩) ٥٥٥-١٢٣٤

على كل حال، إن ذكر اسم المرسل كاملاً في الرسائل المتعلقة بتحديد موعد لتناول الغداء أو غيرها من الرسائل غير الرسمية يبدو أكثر من اللازم، إذ يمكنك استخدام بديل عن توقيعك (توفره لك معظم برامج كتابة الإيميل) كاستخدام رمز أو إشارة مقتضبة تدل عليك.

حالما سجلت توقيعك الذي تعتمده مع الرموز التي تعتمدها، يمكنك نسيان هذا الأمر بعد ذلك. لأن برنامج البريد الإلكتروني الذي تستخدمه قد لا يظهره لك أو أن وجوده سيصبح روتينياً بحيث لا تلتفت إليه، لذا عليك التأكد منه بين فترة وأخرى وتعديله إذا تغير أي شيء فيه، ليتماشى دائماً مع التغييرات الجديدة.

وإذا كان لديك عدة أشكال لتوقيعك، تذكر أن تختار المناسب منها لرسالتك. وفي الواقع، تقوم معظم برامج الإيميل الحديثة بهذه المهمة بالنيابة عنك. ولكن مع

ذلك تذكر اختيار الشكل الذي تريده. فليس من اللائق إرسال التوقيع الذي تستخدمه مع أصدقائك المقربين إلى رب عملك فهذا خطأ فادح عليك تجنبه.

لتجنب مثل هذه المشكلة، يمكنك تدوين توقيعك الدائم الذي تستخدمه في العمل، واختيار التواقيع المسلية بشكل يدوي عند الحاجة لذلك.

أمر آخر مهم بالنسبة للتوقيع، وهو أن وجوده يؤكد لمتلقي الرسالة أنها قد انتهت بالفعل ولم يتعرض جزء منها للضياع، هذا لأنه لا توجد بأي لغة صيغة خاصة للدلالة على انتهاء الرسالة، كما أن رسائل الإيميل قد تتعرض أحياناً لسوء الحظ للانقطاع. لذا ننصح دائماً بذكر التوقيع بأي شكل (حتى لو كان سطراً واحداً فقط) لإشعار المرسِل إليه أن الرسالة انتهت دون أي نقصان.

٣ هل من الذكاء التفنن والمبالغة في التوقيع:

كان من الشائع في الماضي ذكر بعض العناصر «المسلية» عند التوقيع: كرسم نقش او رمز ما، أو ذكر طرفة أو حكمة او قول مأثور. إن هذه العادة ليست سيئة، شرط عدم المبالغة. على كل حال، يجب الا يتجاوز عدد أسطر توقيعك خمسة أسطر دائماً - مهما كان شكل الرسالة التي ترسلها.

بعض الأشخاص يحبون إضافة بعض الفواصل كالأسطر وغيرها كما في المثال التالي:

. Inc--

Sunny J. Baker. Ph.D. CEO Bakersquard Consulting

+1 (555) 335-5555 Voice +1 (555) 336-4444 Fax

sunny@bakersquard.com

إن --

إحاطة المكان المخصص لتوقيعك وعنوانك بأسطر كما هو أعلاه أمر اختياري يتبع لذوقك، ولكن أصبح من الشائع اليوم اعتماد متلقي الرسائل على الأجهزة الصوتية -لحواسبهم - والتي تقوم بقراءة البريد دون اضطرارهم للنظر فيها، لذا عليك استعمال حسك العام في مثل هذا الأمر - لأن الكومبيوتر سيقرأ الشطر الذي يسبق توقيعك أو يليه بالطريقة الآتية: «هيبتن هيبتن هيبتن.../ أي مستعرضة مستعرضة مستعرضة...» وهو أمر مضحك. لذا عليك التفكير جيداً قبل وضع أي شكل أو إطار حول توقيعك.

الخطوات الست الأولى لكتابة رسالة البريد الإلكتروني:

الآن، بعد ان اصبحت ملماً بطريقة إنشاء الرسالة، يمكنك الانتقال لكتابتها كاملة. هنالك ست خطوات عليك اتّباعُها هي:

- **الخطوة الأولى: الدخول إلى الشبكة:**

عليك أولاً الدخول إلى شبكة الاتصال وهناك عدة طرق لتحقيق هذا. يمكنك بالطبع الاتصال عن طريق مستخدمٍ آخر من خلال شبكة الشركة التي تعمل بها. كما يمكنك استخدام خدمة AOL للبحث عن ISPs Internet Service Providers في الصفحات الصفراء على الإنترنت. تمعن جيداً لاختيار أفضل مزوِّد خدمة: أي المزود الذي لا تكون خطوطه مشغولة أبداً عند اتصالك به عبر المودم والذي يوجد لديه دائماً شخص مهمته الرد على اتصالات الزبائن الهاتفية.

- **الخطوة الثانية: الحصول على برنامج مناسب:**

إن البرامج الأساسية للاتصالات تأتي مع معظم الأنظمة المعتمدة للحواسب، إلا أنك تحتاج لشيء أفضل. بالنسبة لبريد الشركة الإلكتروني، لابد أن تكون شركتك قد زودته بالبرامج اللازمة. بالنسبة لشركة اميركا اون لاين / America Online ما عليك إلا البحث عن مجلة خاصة بالحواسب معها قرص مجاني لخدمة AOL.

افضل مستعرضين لشبكة الإنترنت وأكثرها شيوعاً، هما نتسكاب / Netscape ومستكشف ميكروسوفت / Microsoft Explorer. وهما مجانيان. ولابد أن نسخة منهما أو كليهما موجودان معاً في حاسوبك.

- **الخطوة الثالثة: قضاء بعض الوقت في غرف المحادثة:**

من السهل إيجاد غرف محادثة على شبكتي الإنترنت وأميركا أون لاين. إذا لم تجد غرفة محادثة على شبكتك، اذهب إلى / tpp://www.chatworld.com/ وحاول الدخول في إحدى غرفها للتسلية.

إن غرف المحادثة عبارة عن طريقة اتصال تسمح لمجموعة من الأشخاص بالتحدث مع بعضهم البعض- حتى لو كانوا يعيشون في مناطق مختلفة من الكرة الأرضية. ويمكنك تعلم الكثير بمجرد متابعة الحوار الدائر في أية غرفة محادثة.

- **الخطوة الرابعة: اقرأ بريدك الإلكتروني الوارد بعناية:**

تمعن بطرق صياغة رسائل الإيميل. وبكافة التفاصيل الصغيرة فيها. فعلى سبيل المثال قد تجد أحياناً إشارة (<) قبل وبعد بعض الجمل، وهذا يعني أن هذه الجمل منقولة من بريد سابق.

LO-TECH TIP

افضل برنامج لتحسين مهاراتك في استخدام لوحة المفاتيح:

يوجد برنامج شائع لتعليم استخدام لوحة المفاتيح موجود على قرص ليزري (CD-based program Mavis Beacon Teaches Typing) . هناك بعض الأقراص التي تباع بمبلغ ٥٠ $ ولا تستحق أكثر من ١٠$. إنها سرقة واضحة، خاصة وأنك تستطيع الحصول على الفائدة وان تصبح ماهراً في استخدام لوحة المفاتيح فقط باتّباع دروس على الكومبيوتر.

● **الخطوة الخامسة: اجلس واكتب بنفسك رسالة الإيميل:**

لا يهتم الكومبيوتر إذا ما كان المرسل هو نفسه المرسل إليه. لذا اكتب رسالة حول موضوع هام بالنسبة لك (وتأكد من أنه ليس هناك من يمكنه قراءتها - خاصة إذا كانت شخصية)، ثم أرسلها إلى عنوانك. وبعد أسبوعين أو ثلاثة تفقد هذه الرسالة في بريدك الوارد. اقرأها بتمعن وانظر إذا كان مضمونها يطابق ما أردت قوله بالفعل. هل هي مختصرة للغاية أو أنها أطول من اللازم؟ وهل استطعت نقل فكرتك بوضوح؟

● **الخطوة السادسة: اشحذ مهارتك المتعلقة باستخدام لوحة المفاتيح:**

إنها مهمة صعبة بالنسبة للبعض. فبينما ساني يطبع باللمس، لم يتعلم كيم الطباعة برغم المجهود الكبير الذي بذلته والدته والدورات التعليمية التي اتبعها. إن مهارتك في الطباعة سوف تتحسن وتزداد بالتمرين المستمر.

اقتراحات أخرى:

يعتمد الاتصال عبر الشبكات، خاصة فيما يتعلق برسائل البريد الإلكتروني وغرف الحوار، على الكلمة المكتوبة. وليس خافياً أن معظم الناس - وحتى المثقفين منهم - لا يستطيعون الكتابة بطريقة فعالة ومؤثرة.

إذا لم تكن راضياً عن إمكانياتك الكتابية، اتبع دروساً خاصة بهذا الشأن في أحد المعاهد القريبة، علماً أن هذا النشاط قد يفيدك ويقدم لك المتعة في آن واحد. عليك أيضاً الحصول على نسخة من كتاب سترانك ووايت (Strunk & White) «عناصر الأسلوب»، وهو كتيب صغير ورخيص الثمن، إلا أنه غني بالمعلومات والفائدة في هذا الخصوص. (عند دخولك إلى شبكة الإنترنت، تستطيع دخول الويب وقراءة نسخة منه مجاناً على الموقع التالي:

http //:www.bartleby.com /14/

والآن، بعد أن أصبح الإيميل جاهزاً، وشبكة الإنترنت مفتوحة، يمكنك فعلاً البدء بعملية الاتصال عبر الشبكة. فتعال معنا لنتعلم كيفية التحدث على الشبكة بالطريقة الصحيحة.



أسلوب كتابة رسالة الإيميل

تعلمنا في الفصل السابق الأسس اللازمة للبدء برسالة الإيميل وختمها. الآن سنقدم لكم مزيداً من التفاصيل حول كيفية كتابة رسالة إيميل ناجحة.

عند كتابة أية وثيقة أو بحث عادي، من الضروري أن يكون كل ما فيه واضحاً وغير غامض. لأنه قد لا يتمنى لمن يستمع لذلك البحث السؤال من أجل توضيح ذلك الغموض. أما في الوثائق والمعلومات التي تنقل عبر الإيميل، ونظراً لسرعته، يمكن للمتلقي أن يسأل ما شاء له من أسئلة مباشرة. لهذا السبب يمكننا اعتبار الإيميل وسيلة أقل رسمية للاتصال من غيرها تكاد تشبه الحديث.

إن هذا ليس بالأمر السيئ، إذْ إنَّه لم يعد هناك معنى لقضاء ساعات طويلة من أجل كتابة رسالة للتأكد من سلامتها لغوياً (نحوياً وإملائياً) ومن بلاغتها، وكل هذا من أجل إعلام زميلك في العمل أنك مستعد للخروج معه لتناول طعام الغداء.

لكن هذا لا يعني على أية حال أن تكون رسالة الإيميل ضعيفة وغير متقنة. فإذا كنت تريد إرسال رسالة تطلب من خلالها عملاً، فإن كل الشروط النظامية

والرسمية يجب أن تطبق، لأنك يجب أن تعطي انطباعاً جيداً عن نفسكَ. لذا يجب أن يكون شكل رسالتك أنيقاً وأن يكون الموجز المرفق عن حياتك المهنية واختصاصك مرتباً ومنظماً - مثل طلبات التوظيف التي ترسل بالبريد العادي.

من الضروري أن تكون كافة اتصالاتك ومراسلاتك واضحة ومفهومة (حتى لو لم يتقيد الآخرون بهذا الشرط). إن الإيميل لا ينقل المشاعر والتعابير مثل اللقاء وجهاً لوجه ومثل المكالمة الهاتفية، إذ ينقصه التعبير الصوتي بالإضافة إلى الإشارات والحركات المعبرة التي يقوم بها المتكلم. لذا قد يقع من يقرأ رسالتك في حيرة حول ما إذا كنت جاداً أو مازحاً، سعيداً أم حزيناً، متحفظاً أم ساذجاً. ومن هذا المنطلق يكون اعتماد السخرية في كتابة الإيميل خطيراً وغير محبَّذ.

أهميـة النص:

تحدثنا في الفصل السابق عن أهمية النص في مجال رسائل العمل، ولكن الحقيقة هي أن النص هام جداً بالنسبة لكل إيميل تكتبه.

في المحادثة، يكون النص مشتركاً كما هو الحال في المكالمات الهاتفية - حيث يشترك أيضاً عنصر التعبير بالصوت الذي يساعد على نقل المعنى بوضوح.

أما في رسائل البريد الإلكتروني فلا يمكنك التكهن بأي معلومات عن المرسِل من حيث المكان والزمان وحالته الذهنية. فإذا كنت لا تعرف الشخص الذي تراسله، لا يمكنك بالتالي افتراض أي شيء عن مهنته واهتماماته وأهميته المستقبلية بالنسبة لك. لذا يتوجب عليك الحذر وأنت تنسج سياق نص رسالتك.

٣ ما تراه قد يكون غير ما يفهمه الآخرون:

في رسائل الحب، يكون للرسالة التي يخطها قلمك للإعلان عن حبك بخط يدك تأثيرٌ كبيرٌ على المحبوب، فتأسره وتحرك مشاعره لما لها من قيمة كبيرة في نظره.

أما مع الإيميل فالحكاية مختلفة تماماً، فالحاسوب بأجزائه الصلبة وببرامجه التي تستخدمها لتأليف وتخزين وإرسال وقراءة الرسائل يختلف كلياً عن جهاز قارئك. أي أن الشكل الذي تظهر عليه رسالتك - من حيث الصياغة والترتيب وقياس الصفحة على الشاشة - قد يتحول إلى شكل مغاير بالمرة في نظام حاسوب متلقي رسالتك.

يقودنا هذا كله إلى نتيجة هامة هي أن رسالة الإيميل التي ترسلها والتي يتلقاها شخص آخر تختلف كلياً عن الرسالة المكتوبة بخط يدك أو عن الرسالة الصوتية التي تنقلها مباشرة أو عبر الهاتف.

لا تعتمد مطلقاً على شكل رسالة الإيميل للمساهمة في توضيح ونقل المعنى الدقيق لنص رسالتك، فقد لا تعبر أو تنقل أي شيء بالمرة.

اجعل فكرتك الرئيسية واضحة:

إن كتابة عنوان واضح للرسالة هو القاعدة الأولى لكتابة النص في الرسالة، يجب أن تعطي الكلمات التي تكتبها في السطر المخصص للفكرة الرئيسية فكرة واضحة للمتلقي عن محتوى الإيميل. إن هذا يسهل على مستلم الرسالة الأمرَ عندما يعود لرسائله الواردة (أي أن يجد عبارة «الموضوع: تقرير المبيعات الشهري» أفضل من أن يجد «الموضوع: هاي»).

استخدم دائماً عنواناً يتعلق بموضوع نصك، لأن هذا يهيئ القارئ ذهنياً لمحتوى رسالتك قبل أن يبدأ بقراءتها. انتبه لعدم كتابة أية جمل تهكمية أو عديمة المعنى في سطر الفكرة الرئيسية، إلا إذا كنت تقصد المزاح مع أصدقائك الذين سيتفهمون قصدك.

يجب أن يكون عنوان موضوع نصك مختصراً (خاصة وأن معظم برامج الكومبيوتر المتعلقة برسائل البريد الإلكتروني تبتر الجملة الطويلة المكتوبة في سطر

«الموضوع»)، وليس من الضروري أن يكون جملة كاملة، إذ تكفي كتابة بضعة كلمات تعبر بوضوح عن محتوى نصك.

نموذج عن عنوان موضوع متعلق بنص الرسالة:

الموضوع: الحاجة لإرسال أربع أسطوانات ونكا إلى مكتب فيلادلفيا الليلة.

سالي- الرجاء إرسال أربع أسطوانات ونكا إلى مكتب فيلادلفيا، ويجب أن ترسل الليلة كي تصل يوم الخميس. أرجو منك إعلامي بواسطة الإيميل عندما يتم الشحن

في هذا النموذج نجد أن الجملة التي كتبت عند الموضوع قد عبرت ببلاغة وإيجاز عن فكرة الرسالة الرئيسية.

بعض العناوين المفروض تجنبها:

هنالك بعض العناوين التي ينبغي عليك تجنب قراءة نصوصها لما فيها من إساءة وخدش للحياء من قبل قراصنة الإنترنت الذين يعملون على لفت نظرك من خلال تلك العناوين الجذابة، مثل

هاي سويتي / Hi Sweetie (أو أية عبارة مشابهة) - تأكد هنا من اسم المرسل قبل فتح الرسالة.

هنا المعلومات التي طلبتها/ Heres the data you asked for.

هل شاهدت هذا؟/ Have you seen this one?.

هنا الأفضل / Here are the best.

كل شيء جديد وجاهز من أجلك / All new an ready for you.

هل أنت متهيئ لهذا / Are you ready for this?.

التقينا بالأمس في غرفة المحادثة، ولكنك خرجت قبل أن أنتهي

...We met last night at chat

اقرا هذا الآن! / Read this now!.

مراهقون / Young Teens.

عرض لايمكنك رفضه / An offer you cant refuse.

خاص من أجلك / Special for you.

خاص جداً / This is very private.

هاي! انا جولي / Hi! Im Julie.

للكبار فقط / For Adults Only.

اقرا هذه الرسالة... / Click here for something hot.

لابد أنك فهمت القصد من هذه العناوين. فإذا تلقيت مثل هذه الرسائل التي تقودك لدخول مواقع مسيئة وخادشة على الويب، قدم شكوى لمزوّد خدمة بريدك ISP أو لخدمة الشبكة.

الرد على رسائل الإيميل الواردة:

إذا كنت تريد كتابة رد على رسالة وردتك، سيقوم برنامج الإيميل المستخدم لديك بطباعة كلمة (RE : / Regarding) اي بخصوص. إذا لم يفعل برنامجك هذا، يفضل أن تطبعها انت في السطر المخصص لكلمة الموضوع.

نموذج عن رد على رسالة:

الموضوع: بخصوص الحاجة لإرسال أربع أسطوانات ونكا الليلة إلى مكتب فيلادلفيا.

Subject: Re: Need 4 Wonka Rollers ...

ساني - عندي ثلاث اسطوانات ونكا حالياً في المخزن. هل يناسبكم إرسال ثلاثة فقط؟ أستطيع شحن أسطوانة رابعة يوم الاثنين القادم. - سالي

الرسائل المستعجلة:

بالنسبة للرسائل المستعجلة. يفضل بدء الموضوع بكلمة عاجل / URGENT (خاصة إذا كنت تعرف أن الشخص الذي تراسله يتلقى رسائل كثيرة).

نموذج عن رسالة مكتوب عليها «عاجل / URGENT:

الموضوع: عاجل: الحاجة لأسطوانة ونكا نوع ASAP

Subject: URGENT: Need Wonka Roller ASAP

يلزمنا الحصول على أسطوانة ونكا أخرى من أجل مكتب فيلادلفيا. غداً مساءً. لدى سالي ثلاثة اسطوانات فقط، وأنا أريد واحدة أخرى. إذا كان لدى أحدكم واحدة، الرجاء إرسالها مع جزيل الشكر. - ساني

طلب اتخاذ إجراءات:

من أجل طلب أي شيء عليكم إضافة كلمة «مطلوب /REQ.»، كما في المثال الآتي:

نموذج عن رسالة مكتوب عليها «مطلوب / Req:

الموضوع: مطلوب: البحث عن أسطوانات ونكا.

Subject: REQ: Turn in Wonks Rollers.

اتصل ساني يسأل عن محركات ونكا المرمية حول مكاتب الموظفين. الرجاء البحث في منطقتكم عن أسطوانات ليست قيد الاستعمال ولا تلزمكم، وأرسلوها فوراً إلى سالي. فنحن بحاجة إليها من أجل متابعة العمل.

وشكراً - فريد

رسائل التبليغ عن معلومات فقط:

إذا كنت تعرض معلومات عامة لا تطلب رداً من مستلم الرسالة، خاصة في مجال العمل، اكتب عبارة «يرجى اخذ العلم / FYI - For Your Information»، في السطر المخصص للموضوع، كما في المثال التالي:

الموضوع: الرجاء أخذ العلم: الحلويات متوفرة حالياً في منطقة الاجتماع.

Subject: FYI: Cookies in the conference area.

لقد عاد زوج جين لصنع حلوياته اللذيذة. متوفر منها ثلاث دزينات في منطقة الاجتماع. احضر أولاً لتأخذ نصيبك أولاً!

اسوأ كلمة تكتب في سطر الفكرة الرئيسية:

هنالك كلمة واحدة عليك تجنب كتابتها عند كتابة الفكرة الرئيسية لنصك أو في النص نفسه، الا وهي: معلومات / INFORMATION. لماذا؟ لا يمكنك تخيل العدد الهائل من مستخدمي الويب الذين يستقبلون رسائل على الشكل التالي:

الموضوع: معلومات

الرجاء إرسال معلومات عن شركتكم.

قد تنتهي هذه الرسالة دون أية إشارة إلى أية معلومات يريدها المرسل بالذات. هل يريد معلومات عن تاريخ الشركة؟ عن منتجاتها؟ عن أسعارها؟ عن عدد موظفيها؟ أم عن عدد أبنيتها؟...

إليكم هنا الصيغة الصحيحة لطلب المعلومات:

الموضوع: مطلوب: تاريخ شركة IBM

هل توجد على الويب أية معلومات عن تاريخ IBM تستطيع أن تدلني عليها؟

فكلما كان طلبك محدداً أكثر في رسالتك، كلما كانت فرصتك لتلقي الإجابة أكبر.

أكتب لقارئك:

اكتب رسـالتك دائماً (أو حوارك في غـرفة المحادثة) وأنت تضع قـارئك نصب عينيك. فرسالة الإيميل المرسلة إلى موظف لديك يجب أن تكون خالية من الأخطاء الإملائية. ويجب أن تبدأ بكلمة «عزيزي»، كما يجب أن تُقرأ تماماً مثل الرسالة التي تكتب على الورق في مثل هذه الحالات (إذا كنت بحاجة لمساعدة بخصوص كتابة الرسائل، اقرأ أحد كتب سلسلة «كيف تقولها/ How to Say It»).

أمـا الرسـائل التي ترسل إلى الأصـدقـاء أو الزمـلاء، فـيمكن أن تـبدأ بكلمـة «مرحباً» (Hi or Hey). وإذا كنت في سرعة من أمرك، يمكنك تجاهل التحية وعدم التركيز على الأخطاء الكتابية والجمل الكاملة التي تحتاج مزيداً من الوقت، كما في المثال التالي:

نموذج عن إيميل غير رسمي (مكتوب باللهجة العامية):

From:kim@zapped.com

To: mark@bongo.com

2000 6:11 PM. July 12.Date: Wed.

Subject: hasta la vista

See ya at da party sat. at 6. gotta go.

تستطيع مع أصدقائك الكتابة بالطريقة التي تحلو لك - طالما أن ما تكتبه مفهوم بالنسبة لهم -. فهذا هو المجال المناسب لك لإعطاء رسالتك لمسة من روحك وشخصيتك. ولكن لا تستخدم هذا الأسلوب أبداً في مجال العمل وفي الرسائل الرسمية.

اعرف من يتلقى رسالتك:

حاول معرفة الحدود والقدرات الفنية لجهاز مستلم رسالتك. فمن المزعج بل والمحبط إرسال رسالة مليئة بالصور بصيغة أو شكل معين لا يستطيع جهاز المتلقي

استقبالها أو قراءتها. إن الرسائل المكتوبة بشكلها العادي يستقبلها عادة أي جهاز، أما الرسائل الطويلة جداً أو المكتوبة بصيغة معينة تناسب برامج أحد الأنظمة بعينها فقد لا يقرؤها جهاز المرسل إليه (مثال: رسالة من جهاز يعتمد اللغة اليابانية إلى جهاز يعتمد اللغة الإنكليزية).

تذكر أن كل الملفات التي تلحقها برسالتك قد تكون عديمة الأهمية إذا لم تتأكد من استعداد برنامج المتلقي لاستقبالها. فإرسال وثيقة عبر برنامج وورد / Word إلى جهاز مستخدم لبرنامج وورد بيرفكت ٩٤ / Word Perfectالذي يعود لعام ١٩٩٤ لا يختلف كثيراً عن المثال السابق.

وكذلك فإن إرسال صور بصيغة MIME format (الصيغة المعدة لإرسال الملفات بطريقة أسرع عبر الإنترنت) مخيب للآمال إذا كان المتلقي ذا معرفة محدودة بالأمور الفنية ويملك برنامجاً قديماً للبريد لا يستطيع التعامل مع الملفات المصاغة عبر برنامج MIME.

LO-TECH TIP

لا ترسل إلي بريدك

أن ترسل أو لا ترسل... هذا هو السؤال. أصبح كثير من الناس، مع اكتشاف سهولة البريد الإلكتروني، يرسلون كل أنواع النكات والرسائل والأخبار عبره. لكنك لا تستطيع فعل ذلك، دون المخاطرة بإمكانية إزعاج أو الإساءة لمن تراسله. ببساطة، انتبه لما ترسله ولمن ترسله. إن تلقيك اي رد سلبي يعني إشارة واضحة وتحذير لتجنب تكرار ما أرسلته.

استعمال علامات الترقيم من أجل توضيح نبرة الكلام:

إن المشاعر هي أصعب ما يمكن نقله عبر رسالة الإيميل. يقع كثير من الناس في المشاكل لأنهم يكتبون في رسالتهم كل ما يريدون قوله بصوتهم. ولكن لسوء الحظ، بدون نغمة الصوت أو تعبير الوجه، يفقد الكلام الكثير من معناه وقد يساء فهمه.

أثناء الكلام، تستطيع رفع صوتك أو خفضه، تضخيمه أو تخفيفه، والتلاعب بنبرة صوتك لتأكيد ما تريد قوله. وكذلك في الرسائل، تستطيع استخدام بعض الإشارات وعلامات الترقيم للتعبير عن ارتفاع الصوت وانخفاضه وعن المشاعر. وسنقوم في الصفحات التالية بذكر كل هذه الإشارات والطرق.

- التأكيد الخفيف:

إذا أردت أن تؤكد ما تقوله تأكيداً خفيفاً، يمكنك استخدام علامة النجمة لذلك - والتي تعادل استخدام الأحرف المائلة في الرسائل الورقية.

فبدلاً من قول:

قلت بأنني كنت سأذهب يوم الجمعة الماضي.

يمكنك قول:

* قلت * بأنني كنت سأذهب يوم الجمعة الماضي.

أو:

قلت بأنني كنت سأذهب يوم * الجمعة * الماضي.

إن المثال الأول يؤكد أنك ملتزم بالوعد الذي قطعته، بينما يدل الثاني على تأكيدك على يوم الجمعة بعينه وأنك لم تقصد يوماً آخر.

بعض الناس (من مستخدمي اللغة الإنكليزية) قد يكتبون الكلام الذي يريدون التأكيد عليه بأحرف كبيرة، وبعضهم الآخر يعتمدون على كتابة الأحرف الأولى للكلمات الهامة (المتعلقة بالذات الإلهية أو التبجيلية) بأحرف كبيرة - وهذه الطريقة ربما تكون مأخوذة عن الطريقة التي كتب بها الإنجيل باللغة الإنكليزية -. كذلك فإن أسماء العلم يكتب أولها بأحرف كبيرة. لذا فإن اعتمادك على كتابة أوائل الكلمات الهامة التي تريد التركيز عليها بأحرف كبيرة قد لا يوصلك إلى غايتك، ويبقى الأفضل في هذه الحالة استخدام علامة النجمة.

- **التأكيد القوي:**

إذا أردت التأكيد بقوة على قول أو كتابة جملة ما، اكتبها كلها بأحرف كبيرة (هذا بالنسبة للغة الإنكليزية، ويمكنك في اللغة العربية كتابة الجملة بخط أغمق) إضافة إلى استخدام إشارة التعجب. فعلى سبيل المثال بدلاً من كتابة:

> هل ينبغي عليّ أن أرفع من طاقة محرك ونكا؟

لا، لأن رفع طاقته إلى الدرجة ١٢ سيؤدي إلى إحماء المحرك كثيراً ومن ثم قد ينفجر.

يمكنك كتابة:

> هل ينبغي عليّ أن ارفع من طاقة محرك ونكا؟

لا!!!! لأن رفعها إلى الدرجة ١٢ سيؤدي إلى إحماء المحرك كثيراً ومن ثم قد ينفجر!!

> Should I just boost the power on the Wonka Roller?

NO!!!! If you turn it up to 12 youll overheat the relays and IT.
MIGHT EXPLODE!!

ولكن لاحظ أنك يجب أن تستخدم الأحرف الكبيرة باقتضاب، فكما أن غياب الرؤية يؤدي لزيادة أو تحسين السمع، كذلك فإن غياب العواطف عن رسالة الإيميل يجعل الناس أشد حساسية لأية إشارة موجودة فيها، لذا فإن الاعتماد على الأحرف الكبيرة سيساعدك على توصيل مغزى رسالتك الذي ترمي إليه.

من غير الملائم استخدام الأحرف الكبيرة لكافة نصك عندما يكون الأمر بسيطاً وغير هام. لأن هذا سيؤدي إلى إجفال من يتلقى رسالتك أو جعله يعتقد أنك حديث التعامل مع رسائل البريد الإلكتروني وأنك لم تتعلم بعد الأسس الرئيسية لكتابة رسائل البريد الإلكتروني.

- **التأكيد الشديد : << EXTREME!! >>**

إذا أردت التأكيد على أمر هام حقاً، يمكنك إتباع ثلاث طرق في آن واحد كما في المثال التالي:

إذا تأخرت هذه المرة أيضاً، أقسمُ إنني لن أصدق ابداً *ابداً* *ابداً* *ابداً* !! مواعيدك مرة أخرى.

If you're late this time, I swear that I will never, *never*,*NEVER* !!NEVER**!! believe your schedules again.**

لا تكثر من استخدام هذه الطريقة، واتبعها فقط في الحالات التي فعلاً تريد فيها التعبير عن شعورك أو موقفك.

الاعتماد على المشاعر لمساعدتك في التعبير عما تريد قوله:

لأنه من الصعب في بعض الأحيان نقل العواطف والأحاسيس عبر رسائل البريد الإلكتروني، أصبح من الممكن اللجوء لاستخدام ايقونات خاصة «إيموتيكونز / emoticons» للتعبير عنها: وهي عبارة عن أيقونات أو رموز صغيرة من علامات الترقيم العادية تساعد في شرح أو نقل شعورك حول ما تكتب.

بعض الأشخاص يعتمدون كثيراً على أيقونات المشاعر هذه ويرون أنها ذات فائدة كبيرة من أجل التعبير عن مشاعرهم (إذا كنت لا تصدق هذا، اقرأ جدول الإيموتيكونات في الملحق ا من هذا الكتاب). على كل حال، هنالك ثلاث إيموتيكونات تستخدم أكثر من غيرها هي:

:-) ☺ أو :) ☺ الوجه الضاحك الرئيسي: وهو يعبر عن السرور.

:-(☹ أو الوجه العابس: وهو يدل على أن رسالتك حزينة أو غير سارة.

;-) أو ;) الوجه الضاحك مع الغمز: ويدل على السخرية أو التجهم أو الاستياء أحياناً.

- **المستويات الثلاثة لأيقونات التعبير عن المشاعر:**

هناك عملياً ثلاثة مستويات من أيقونات التعبير عن المشاعر تستخدم عادة:

❖ المستوى الأول: الأيقونات التقليدية (المذكورة أعلاه) المستخدمة في الاتصالات اليومية والمفهومة من قبل الجميع والتي من النادر ما يساء فهمها.

❖ المستوى الثاني: أيقونات تقليدية قد تحمل معنى مزدوج أحياناً أو استخدام غير شائع. غالباً ما تستخدم هذه الأيقونات في جلسات الحوار (تشات). وقد أوردنا هذه الأيقونات في ملحق خاص في آخر الكتاب. تعلموا هذه الأيقونات لأنكم قد تصطرّون لاستخدامها في غرف المحادثة كثيراً.

❖ المستوى الثالث: أيقونات تستخدم للدلالة على معانٍ غير قياسية وغير شائعة الاستخدام. لم نذكرها في هذا الكتاب لأنها تستخدم عادة من قبل فئات قليلة من المستخدمين، كمستخدمي إحدى اللهجات المحلية في حوارهم على سبيل المثال، ويكون هذا عادة بين الأصدقاء أو بين أفراد الأسرة الذين يتفقون فيما بينهم على ما ترمز إليه هذه الأيقونات.

- **مثال على استخدام الأيقونات البسيطة:**

إن أكثر الأيقونات شيوعاً هي الوجه الضاحك الذي يعبر عنه في الطباعة كما يلي: ﴿ :) أو =) أو :-) ﴾ وتستخدم فيما يلي:

- للدلالة على انه يجب قرامة الرسالة بروح مرحة.
- المقصود أن الكلام بمثابة نكتة أو فكاهة.
- للتعبير عن مزاجك وشعورك بالرضا والابتهاج والود للشخص الذي تراسله.

بدون استخدام مثل هذه الأيقونة تبدو الرسالة على شاكلة: «انتهى. سأخرج الآن» مزعجة. ولكنها إذا ذكرت مع هذا التعبير: «انتهى. سأخرج الآن: ☺ » فإنها ستعطي معنىً ودوداً للجملة بالنسبة للمتلقي.

نموذج عن استخدام أيقونة مشاعر للتعبير عن «نحن في هذا معاً»:

استلمت تقرير المبيعات هذا الصباح ولا يمكنني القولُ إنّني مسرور من النتائج. أعرف أنكم جميعاً تبذلون قصارى جهدكم. إلا أن الإدارة لن ترضى عن هذه النتائج أكثر مني.{علينا أن نعمل معاً كفريق واحد للوصول إلى نتائج أفضل خلال الثلاثين يوم القادمة. بالنسبة لي. سأراكم غداً صباحاً في السابعة في غرفة الاجتماعات قبل اجتماع مجلس الإدارة لنتباحث في هذا الخصوص. فإذا وضعنا نصب أعيننا هذا الهدف وتحلينا بروح العمل الجماعية، سنحقق بلا شك أرقاماً أفضل لمبيعات الشهر القادم. أعتمد عليكم لجعل تقرير مبيعات الشهر القادم جيداً ☺.

اترك مسافة لأيقونات التعبير في رسالتك

عند استخدام أية أيقونة من أيقونات التعبير في رسالتك، اترك مسافة واحدة أو مسافتين قبلها وبعدها، وذلك كي يقدر المتلقي أنها أيقونة تعبير وليست مجرد علامات ترقيم موضوعة بشكل موروب. إذا أردت وضع أيقونة في نهاية جملة ما أو نهاية الرسالة كلها، استغن عن علامة الترقيم المفروض وضعها إلا إذا تركت مسافة فراغ بين الأيقونة وبين الكلام- كي لا يخلط بين علامة الترقيم وعلامات الأيقونة.

استخدام مصطلحات الشبكة:

تستخدم على الشبكة الكثير من المصطلحات والاختصارات التي تساعد على اختصار الرسالة. ولكن قد تزعج الرسائل المليئة بالمصطلحات - لدرجة زائدة عن اللزوم -القارئ وتشوشه. لذلك عليك التأكد من استخدامك للمصطلحات الشائعة والمفهومة من قبل الجميع. أوردنا في نهاية الكتاب ملحقاً خاصاً بهذه المصطلحات. لا ننصحك باستخدامها كلها في رسائل البريد الإلكتروني، ولكننا ذكرناها لتعرف المقصود منها إذا ما صادفت بعضها في الرسائل الواردة إليك.

تستخدم هذه المصطلحات بكثرة في غرف المحادثة - حيث يتوجب عليك تفسيرها ومعرفة المقصود منها بسرعة لتتمكن من الرد على من يتحدث معك. ننصحك بحفظ هذه المصطلحات والاختصارات عن ظهر غيب لتسهل عليك حوارك ولتكون مرتاحاً في غرف المحادثة.

٣ المصطلحات العشرة الأولى الأكثر استخداماً على الشبكات:

إذا قررت تمضية بعض الوقت في غرف المحادثة، عليك أن تكون ملماً بالمصطلحات التالية إلماماً تاماً كي لا تظهر بمظهر الجاهل أو حديث العهد بهذا المجال:

بالمناسبة/ BTW - by the way

للعلم (الرجاء أخذ العلم) / FYI - for your information

برأيي المتواضع (أو الصادق) / IMHO - in my humble (or honest) opinion

بعبارة أخرى/ IOW - in other words

«مع كل الحب» أو للدلالة على« شيء غير هام من باب السخرية» (حسب النص) / LOL - lots of love or laughing out loud (according to the meaning of context)

وبالمقابل/ OTOH - on the other hand

ساعود بعد قليل/BRB - be right back

بعيداً عن لوحة المفاتيح/AFK - away from keyboard

اهلاً بعودتك / WB - welcome back

طريقة للخروج!!! / WTG - way to go!!!

التمتمة أو التحدث «بالهمس» على الشبكة:

في الحديث العادي والمباشر، هنالك عدة طرق يمكنك اللجوء إليها لتحافظ على سرية حديثك وخصوصيته مع من تتحدث إليه: تستطيع مثلاً أن تخفض صوتك أو تومئ برأسك وتغمز بعينيك ليفهمك من تخاطبه أو تقترب منه لتهمس ما تريد قوله في أذنه. وقد تأصلت فينا هذه الحركات حتى إنّنا من الممكن أن نلجأ إليها حتى ولو لم يكن هناك من يسمع حديثنا. ولكن لسوء الحظ، لا يمكننا اللجوء إلى هذه الطرق على الشبكات.

كي تطور مهارتك في موضوع «التمتمة» على الشبكة، عليك أولاً أن تدون على مسودة وباختصار أول ما تفكر به تماماً - دون النظر إلى مدى صحة صياغة هذا الكلام - ثم قم بتصحيحه من أجل رسالة الإيميل الأصلية (وانتبه لعدم ضغط زر «ارسل/send» حتى تنتهي من تصحيح رسالتك).

يلجأ بعض الأشخاص أحياناً لاستخدام فاصلتين أو هلالين للدلالة على «الحقيقة أو الهمس» كما في المثال التالي:

لقد استقال ((طرد)) نائب رئيس قسم اختبار الجودة اليوم وسيؤدي هذا إلى تعزيز العلاقات بين فريق الهندسة وفريق الاختبار ((حسب توقعاتهم)).

كما يلجأ بعض الأشخاص للكتابة بدون استخدام أحرف كبيرة للدلالة على سرية حديثهم أو على «خفض صوتهم»:

بس سس! /pssst!

هيه سالي! / !hey sally

احزري ماذا حدث؟ / guess what?

حصـــل روبـــرت على الوظيفـــة!! / ROBERT GOT THE JOB !!

نلفت انتباهك إلى أن كثيراً من الناس لا يحبون استخدام الرموز المختصرة (كالأحرف الكبيرة وأيقونات التعبير أو علامات الترقيم). وحجتهم في ذلك أن ارنست همنغواي لم يلجأ إلى مثل هذه الأساليب للتعبير عن مشاعره وعليهم الحذو حذوه. ولكن، إذا لم تكن ماهراً كأرنست همنغواي في التعبير، نظن أن عليك اللجوء لمثل هذه الاختصارات حتى لا تتسبب في إزعاج متلقي رسالتك.

التعبير عن لحظات الصمت أو التأني للتفكير:

تخيل أنك إذا أردت أن تسأل إحدى العاملات حول ما إذا كان بإمكانك تدوير احد المفاتيح، ولنقل مفتاح مفاعل نووي على سبيل المثال، إلى الرقم / ١١ / فتقول لك «حسناً» وتصمت لفترة طويلة، ثم تقول ثانية «حسناً» وتصمت ثانية ثم تقول أخيراً «من الممكن الا ينفجر»، حتما سيعطيك جوابها هذا - وبهذا الشكل - انطباعاً بأن تدوير المفتاح ليس بالقرار الصائب. بالمقابل فإن قول:

«حسناً، من الممكن الا ينفجر»

سيعطي انطباعاً بأن المعلومات الضرورية ناقصة وأن هناك شيء ما قد يحدث.

بعض مستخدمي الإيميل المحترفين يعتمدون على ترك مسافة بيضاء أو على تكرار حرف ما للإشارة إلى توقفهم قليلاً، مثال ذلك:

حسنـــًا .... من - المحتمل - الأ ينفجر.

وقد يعمد بعضهم لترك مسافات بيضاء تجنباً لتكرار بعض أحرف العطف أو ما شابهها لتوضيح فكرتهم ومنعاً للغموض، فمثل الجملة التالية ستكون صعبة التفسير والإعراب:

هل أردت اسـتـخـدام اسطوانة ونكا أم أسـطوانة ويبـل بمحـركهـا الجـانبي أو بمحركها الأمامي.

هنا عليك تذكر المعلومـات التي درسـتـهـا في المدرسـة في مـادة الإنشـاء وكـتـابة فكرتك بالطريقة التالية:

هل أردت استخدام:

١- اسطوانة ونكا

أو

٢- اسطوانة ويبل:

أ- المحرك الأمامي

ب - المحرك الجانبي

ولكن المشكلة في كتابة رسالتك بهذا الشكل هو أنها قد تتسبب في أن يرسل بعض المستخدمين رسائلهم (ردهم) دون أية إيضاحات مكتفين بالكود أو الرمز الذي يعبر عن فكرتهم مثل:

- ٢ ب

لتفادي مثل هذه المشكلة، يمكنك كتابة فكرتك كالتالي:

هل كنت تريد استخدام اسطوانة ونكا

أو

اسطوانة ويبل ذات عتلة التسوية الأمامية

أو

اسطوانة ويبل ذات العتلة الجانبية

إن هذه الطـريقـة تسـهـل على المتلقي عمليـة الإجـابة بحـيث يقـوم فـقط بقص ولصق الجملة التي يريدها في رسالته، أي على النحو التالي:

- اسطوانة ويبل ذات العتلة الجانبية

الابتكار في استخدام علامات الترقيم:

يلجأ بعض المتمرسين في كتابة رسائل البريد الإلكتروني إلى استخدام الكثير من علامات الترقيم، فجملة على غرار:

إني مشوش جداً ومنزعج بعض الشيء. لماذا أعطيت تقريري إلى كيم بدلاً من ساني؟

قد يكتبها بعضهم على الشكل التالي:

؟!؟! لماذا أعطت تقريري إلى كيم بدلاً من ساني؟!؟

إن علامة الاستفهام المستخدمة بهذه الطريقة هي نوع من الإشارة إلى الحاجب المرفوع. أما إشارة التعجب فتدل على الدهشة وربما العبوس في بعض الأحيان. أما عندما تجتمعان معاً، يكون المقصود بهما الدهشة حتماً.

هنالك تقليد باستخدام بعض العلامات للدلالة على منع النفس من السباب، مثل:

هذا $%^&$%^&($#&%#

في بعض الأحيان نجد علامة النجمة موضوعة مكان بعض الأحرف الهامة (غالباً الصوتية منها)، مثل:

ابن الـ ◆◆◆◆! / ! ◆◆◆◆ That son of a b أو That s*n of ab*tch!

أخذ مقتطفات من رسائل سابقة للتوثيق:

إذا كنت تود الإشارة في رسالتك إلى فقرة معينة أو مقطع من إيميل سابق لتوثيق ما تقوله، يمكنك ببساطة اقتطاع تلك الفقرة. فعوضاً عن قول، نعم، فقط في رسالتك للإجابة على سؤال وردك، يمكنك اقتطاع سطر السؤال من الإيميل الذي وردك لتكون إجابتك أوضح بهذه الطريقة. كما في المثال التالي:

> هل وصلتْكَ كل اسطوانات ونكا التي كنت بحاجة إليها؟

نعم.

يدل استخدام إشارة «أكبر من >» أو«>>» على أن الكلام المكتوب مقتطع من إيميل آخر. وحتى إذا كان ردك أكثر من كلمة واحدة، يبقى من الأفضل أن تقتطع ما تجيب عنه من الإيميل الوارد. تخيل أنك تلقيت رداً يوم الأربعاء على إيميل لا تتذكر أنك كنت قد أرسلته يوم الجمعة الفائت:

تحدثت إليهم في ذلك اليوم فقالوا انهم يريدون أن يروا نموذجاً في أسرع وقت ممكن.

إن ردة فعلك الأولى هي أن تقول لنفسك «هـه؟؟؟ أية عينة؟ لمن ولماذا؟». لذا كان من الأفضل - كي يسهل عليك فهم الموضوع - أن يردك هذا الإيميل على النحو التالي:

- تحدثت مع جون مايرز في أوكلي حول نموذج اسطوانة
- ونكا الجديد. إنهم يريدون التأكد من أنه يناسب نظام ويلي
- نيلي المصمم لديهم.
- هل تعلم إن كانوا قد شاهدوا النموذج أم ليس بعد؟

تحدثت إليهم في ذلك اليوم فقالوا إنَّهم يريدون رؤية النموذج في أسرع وقت ممكن.

من المؤكد أن الصورة أوضح هكذا ولكن هنا أيضاً توجد مشكلة اخرى تكمن في أن النص المقتطع زائد عن اللزوم. كل ما عليك هو اقتطاع العبارات اللازمة فقط - دون الاستفاضة - لتوضيح ردك. ولكن تأكد أن يكون ردك واضحاً بما فيه الكفاية كالتالي:

> جون مايرز في أوكلي

> نموذج أسطوانة ونكا الجديد

> هل تعلم إن كانوا قد شاهدوا النموذج أم ليس بعد؟

تحدثت معهم حول هذا الأمر يوم الثلاثاء (٦ حزيران)، وهم بانتظار رؤية النموذج في أسرع وقت ممكن.

استبدال الضمائر بالأسماء للتوضيح:

يعطي المثال السابق فكرة جيدة عن المقدار اللازم من الكلام المقتطف. ومع ذلك يبقى فهم المطلوب بحاجة لبعض الإيضاح. فإلى من تماماً تشير كلمة «هم»؟ هنالك قاعدة هامة عليك اتُباعُها عند كتابة جملتك وهي ضرورة الانتباه إلى الضمائر التي تستخدمها. ويفضل أن تستبدلها بأسماء واضحة عند اللزوم. مثال ذلك:

تحدثت مع مساعدة جون مايرز التنفيذية يوم الثلاثاء (٦ حزيران) وقالت أنه يريد أن يرى النموذج في أسرع وقت ممكن.

والآن يمكننا القول: إنّ جوابك أصبح واضحاً ومحدداً.

إذا أردت اقتطاع جملة من فقرة، قم بإزالة كافة النص أو الفقرة ماعدا الجملة التي تريد نسخها ثم قم بذلك. أما إذا أردت حذف كلمات من تلك الجملة فيكفي أن تضع حول هذه الكلمات إشارتي {.. }.

وأخيراً، إذا لم تكن الرسالة على ذلك القدر من الأهمية بالنسبة لك ولا تريد إهدار وقتك باقتطاع فقرات أو جمل منها، يمكنك إدراج الرسالة كاملة ولكن «بعد» كتابة ردك وليس قبله، لأنك بذلك ستعفي متلقي رسالتك من قراءتها إلا إذا اضطر لذلك زيادة في الإيضاح.

برامج البريد الصوتية:

بما أن تقنية التعرف إلى الصوت أصبحت شائعة في مجال الاتصال عبر الشبكات، صار من الممكن استخدامُها في رسائل الإيميل (يمكنك الآن تسجيل رسائل صوتية ولكنها ستختلف عند ترجمتها عن الرسائل المكتوبة). إن عملية ترجمة الصوت إلى رسالة مكتوبة أصبحت قيد الاستخدام حالياً من قبل بعض برامج رسائل البريد الإلكتروني.

ولكن، إذا أردت استخدام أحد هذه البرامج لكتابة رسائلك، تذكر دائماً أن هذه التقنية مازالت حديثة وغير دقيقة بصورة تامة. تأكد من تسجيل كلماتك بحرص ودقة قبل إرسالها، وإلا ستظهر أخطاء محرجة في رسالتك.

الكلمات الجاهزة للطباعة:

في الاختبار المذكور في الفصل الأول، طرح سؤال حول كيفية إنشائك لرسالة الإيميل. هل تقوم بطباعتها مباشرة على لوحة المفاتيح ثم تضغط على مفتاح الإرسال (أرسل) دون التوقف لإلقاء نظرة ثانية عليها أم أنك تكتبها بعناية كتابة عادية أولاً؟ إن معظم المستخدمين يعتمدون على طريقة وسط بين الاثنتين. ولكن تذكر أن الرسائل الحساسة تحتاج لإعادة كتابتها بصورة جيدة. وإلى التأكد من استخدام المصحح اللغوي. وأخيراً إلى إعادة قراءتها بتمعن للتأكد من سلامتها وخلوها من الأخطاء.

صياغة الرسائل في الكومبيوتر:

إن القواعد التالية التي تتحكم بإرسال الإيميل قياسية بشكل عام. إلا أن هنالك عدداً كبيراً من برامج البريد الإلكتروني المختلفة بخصوص إرسال وقراءة البريد. فمن المحتمل جداً أن لا تبدو الرسالة التي ترسلها كما هي تماماً - أي بالطريقة التي صغتها بها - عند عرضها على شاشة متلقيها. لذا عليك الانتباه لطريقة عرضك لنصك.

التغير في هيئة الرسالة:

هنالك بعض برامج الإيميل التي تفهم النص البسيط فقط. فتظهر الكلمات المكتوبة بأحرف مائلة أو بخط مطبعي أسود أو ثخين أو ملون وكأنها من «سياق النص» العام. لذا فإنك قد ترسل رسالة على شاكلة:

هيه! لقد أحببت الهدية التي قدمتها إلى جاك هذا الصباح. عمل رائع! فتظهر على شاشة المتلقي على الشكل التالي:

هيه! لقد أحببت الهدية التي قدمتها إلى جاك
هذا الصباح. عمل رائع!

من الصعب قراءة وثائق شبكة الويب في برامج البريد الإلكتروني القديمة. وقد لا يكون أمامك إلا إرسال صفحة الويب على هيئة نص أو HTML. لذا عليك أن تضع إمكانيات جهاز من تراسله نصب عينيك عندما تحدد الخيارات التي تريد القيام بها.

حماقات الأحرف المطبعية:

تحتوي الحواسب على أحرف مطبعية وأشكال كتابية تلقائية في أنظمة التشغيل فيها، وتستطيع شراء المزيد من التنويعات بكلفة بسيطة. كما يمكنك شراء أحرف مطبعية احترافية من بعض الشركات كشركة أدوب / Adobe مثلاً، فهذه الأحرف تشمل الأشكال البسيطة النظامية المستخدمة بشكل عام إضافة إلى الأحرف المدروسة والمعقدة وكذلك الرموز والأشكال والصور.

ولكن، بينما يكون استخدام هذه الأحرف المطبعية غير النظامية لطباعة الوثائق على الورق فعلياً فكرة جيدة، يكون استخدامها في المراسلات التي تتم عبر الشبكات مجازفة كبيرة إلا إذا كان قارئ رسالتك يملك تماماً نفس لوحة المفاتيح التي تستخدمها ومن نفس المصنّع ولنفس برنامج حاسوبك بالإضافة

إلى نفس نظام التشغيل (أي ويندوز ٢٠٠٠). وإن لم يكن كذلك، فإن كل الرموز والصور التي تختارها بعناية لتضعها في رسالتك ستحول في جهازه إلى أحرف ورموز لا معنى لها وفقاً لما يعادلها على لوحة مفاتيح حاسوبه. من الأفضل أن تعتمد النماذج الشائعة لأحرف الطباعة، أي: كوريَر/ Courier، اريَل/Arial هيلفيتيكا/ Helvetica، تايمز رومان/ Times Roman، نيو سنشري/New Century، سكول بوك/ School Book، أو بكمن/ Bookman.

لكي تتجنب المشاكل، افترض أن جهاز المتلقي قادر بعض الشيء على معالجة نصك. عندها ستصل رسالتك بالطريقة التي تريدها، حتى ولو كانت أقل تنميقاً وتزييناً مما أردت. يشمل التصميم الأساسي لكل برنامج ما يلي:

١. أحرف من : ASCII اي كل الأحرف الصغيرة والكبيرة و علامات الترقيم الموجودة في اللغة الإنكليزية. أما بالنسبة لأبناء اللغات الأخرى، فيمكنهم استخدام أحرفهم الخاصة إذا كانوا يعرفون أن من يراسلونه يملك نفس نظام الأحرف في جهازه (مثل نظام كانجي الياباني على سبيل المثال)، المتعارف عليه في برامج الكومبيوتر.

٢. لوحة مفاتيح قياسية بدون أية ميزات خاصة: قد يحوي حاسوبك الشخصي إذا كان من نوع PC على لوحات مفاتيح نظام وينغدينغز (Wingdings). وإذا كان من نوع ماك / Mac يكون نظام لوحة مفاتيحه (Zapf Dingbats)، ولكن هذه الأحرف تتقلب إلى ما يعادلها في لوحة المفاتيح التقليدية. فإذا أردت استخدام أو طباعة وجه ضاحك على سبيل المثال، قم باستخدام علامات الترقيم القياسية المستخدمة لهذا الشكل، أي الأقواس والفواصل والنقطتان و الشحطات مثل: -) ولا تستخدم صورة برنامج ويندوز الجاهزة للوجه الضاحك. هذا لأن الأشكال النظامية تتشكل من أحرف لوحات المفاتيح النظامية وليس من الرموز، وبالتالي فإنها تظهر بشكلها الصحيح في جميع أنظمة وأجهزة الحواسب، حتى القديمة منها التي صممت وفقاً لنظام ASCII القياسي.

انتبه لعدم استخدام المسطرة لعمل مسافات بين الفقرات في رسالتك، لأن ما قد تراه جيداً ومناسباً وفقاً للوحة مفاتيحك قد لا يكون كذلك وفقاً للوحة مفاتيح المتلقي. استخدم فقط مفتاح (Enter) للانتقال من فقرة إلى أخرى.

٣ لوحات المفاتيح الموسعة:

عندما كتبت أول رسالة عبر البريد الإلكتروني عام ١٩٨٢، تم الاعتماد من أجل كتابتها على لوحة مفاتيح تحوي /١٢٨/ مفتاحاً - للأحرف الأبجدية والأرقام وعلامات الترقيم وغيرها من الرموز الهامة - توجب أن توجد في كل جهاز كومبيوتر، وقد سُمّيَ نظام الأحرف هذا ASCII، وكان يقوم ببعض الأخطاء البسيطة ولا يغطي كافة خدمات الطباعة الضرورية.

إلا أن شبكة البريد الإلكتروني تطورت كثيراً الآن وأصبح من الضروري وجود أحرف ورموز إضافية تلزم بعض المستخدمين الذين يودون الكتابة بلغتهم الأم كالفرنسية والروسية والألمانية والعربية (مثل ؟)، وهي رموز غير موجودة في اللغة الإنكليزية. لذا، تم إدخال بعض الرموز والشفرات على بعض الأحرف في لوحة المفاتيح بحيث أصبح من الممكن دلالتها على /٢٥٦/ حرف ورمز. ولكن لسوء الحظ، قد لا يستطيع كل حاسوب (من طرف المتلقي) تحويل هذه الشفرات (الأحرف الموسعة) إلى رموزها المطلوبة، وعندها ستبدو هذه الرموز وكأنها إشارات أو علامات ترقيم.

بالطبع قد يمكنك الاستغناء عن استخدام بعض الأحرف غير الموجودة على اللوحة الأصلية، ولكن لابد أنك ستضطر يوماً ما لاستخدامها أو استخدام بعض الرموز كرمز العلامة التجارية (r) أو «علامتا الاقتباس» أو أي رمز من الرموز الهامة الأخرى. ولكن عليك التفكير ملياً، عند استخدام أي منها في رسالتك، فيما إذا كان حاسوب المتلقي قادراً على تفسيرها أو إظهارها أم لا.

- وصلات شبكة العنكبوت أو شبكة الويب:

بعض برامج الإيميل تعتمد نظام Uniform URLS (Resource Locators) وهو طريقة مبتكرة لكتابة عناوين أو مواقع رسائل البريد الإلكتروني) حيث يقرأ هذا النظام هذه العناوين ويحولها إلى وصلات في تلك الشبكة، يمكن لأي قارئ الدخول إليها بمجرد النقر على فأرة حاسوبه على مواقع الويب. إذا كان مشتركاً بخدمة الإنترنت، ولكن يبقى من الأفضل دائماً طباعة العنوان كاملاً بما فيه :http/ /.. لأنك لا تعرف نظام برنامج من تراسله (صحيح أن برامج الإيميل الحديثة تقرأ هذه الوصلة تلقائياً حتى ولو لم تكن موجودة، إلا أن القديم منها بحاجة لقراءتها ولا تقوم بعملها المطلوب إن لم تجدها).

عليك أيضاً الانتباه لعلامات الترقيم - خاصة النقطة (علامة الانتهاء) - عند كتابتك لأي عنوان عبر مواقع URLs، كما في المثال التالي:

Ken - the URL is http://www.bakersquared.com. See
If you think our services might meet your needs.

قد يعتبر جهاز المتلقي النقطة الواردة بعد عنوان URL جزءاً من ذلك العنوان. أو من المحتمل أن لا يتعرف على الوصلات (اللازمة لإتمام الاتصال)، عندها سيقوم المتلقي بنسخ العنوان كما هو مع النقطة الزائدة فيه. وفي كلتا الحالتين ستكون النتيجة ضياع الإيميل بين المرسل والمرسل إليه. لذا يفضل دائماً ترك فراغ (مقدار مسافة واحدة) بين العنوان وبين النقطة منعاً للالتباس بالرغم من أن هذا غير محبذ من ناحية الصياغة الإنشائية للرسائل العادية. وبهذه الطريقة يجب أن تكتب الرسالة وموقع الـURL السابق على النحو التالي:

Ken-the URL is http://www.bakersquared.com . See

If you think our services might meet your needs.

من السهل جداً أن يرتكب المستخدمون الأخطاء عندما يقومون بعملية قص ولصق العناوين. لهذا السبب ننصح بوضع الموقع على شبكة الـ URL على سطر منفرد دوماً.

نموذج رسالة على عنوان

Ken - the URL is:

http://www.bakesquared.com

See if you think our services might meet your needs.

في الواقع إن هذا الأسلوب ليس صحيحاً قواعدياً وإنشائياً، ولكننا وجدنا أنه من الممكن المجازفة بهذه النقطة في سبيل منع حدوث أي التباس.

من ناحية أخرى، قد تكون بعض العناوين طويلة بحيث تأخذ سطرين كما في المثال التالي:

نموذج عنوان طويل:

Hi - the URL is:

http://www.sallysdiner.com/italianchoices/menuspecials/

lunch / diet.html

See if you think youll like this dish!

إذا كان برنامج المرسل إليه البريدي يتعرف فقط على العناوين الجديدة المكتوبة (لا يعرف العناوين الجاهزة المطبوعة)، من المحتمل الا يتعرف على السطر الثاني من عنوان موقع URL. كما أنه من الممكن عند قيامه بقص ولصق العنوان أن يهمل أو لا ينتبه إلى الرمز الأخير منه الموجود على السطر الثاني. لذا من الأفضل أن تقوم بوضع إحدى هاتين الإشارتين < > (معقوفتَين) حول عنوان الموقع. على كل حال، إن معظم (وليس جميع) برامج الإيميل الحديثة تعرف أن الكلمات والأحرف الموجودة ضمن الهلالين الصغيرين المذكورين يجب أن تعتبر ككل واحد. كما في المثال التالي:

نموذج عن استخدام الهلالين الصغيرين حول مواقع : URL

هاي ! إليكم بعض المواقع المسلية على شبكة : URL

Hello Reginald! Here is a URL all about comics :

<http://4comics.4anything.com/?%3B&banner=382a&sitied=?ll4kg
Wa8Mss-2FVPasUkKQTz%2FpPwOnsg>

أعتقد أنك ستجد الكثير على هذا الموقع. حاول الدخول إليه!

I think theres lots of great stuff on the site. Give it a try!

- علامات الترقيم وعلامتا الاقتباس:

إن قواعد اللغة الإنكليزية الأمريكية تؤكد على وضع علامة الترقيم اللازمة في الجملة الموجودة ضمن علامتي الاقتباس. إن إتباع هذه القاعدة في رسائل الإيميل ممكن في حالة الكلام العادي، ولكن في بعض الأحيان، عند كتابة كلمة السر على سبيل المثال، قد يؤدي استخدام علامة الترقيم إلى إحداث بعض المشاكل، فإذا كتبت كلمة السر كما يلي: «كلمة السر.» سيحدث وضع هذه النقطة (علامة التوقف) بعض الإرباك لدى المتلقي حول ما إذا كانت هذه النقطة من أصل كلمة السر أم لا. لذلك، فإن شبكات الاتصال الذكية تعتمد على قواعد اللغة الإنكليزية البريطانية وتطبع النقطة خارج علامتي الاقتباس كالتالي:

عند وصولك إلى سطر كلمة السر، اكتب «كلمة السر».

وبهذا الشكل يتضح أن النقطة ليست من أصل كلمة السر. أما إذا صعب عليك تغيير عاداتك الكتابية وأسلوبك، عليك عندئذ تعديل جملتك والاستغناء عن علامة الترقيم منعاً للالتباس على الشكل التالي:

عند وصولك إلى سطر كلمة السر، اكتب «كلمة السر» ثم اضرب على مفتاح الرجوع / RETURN.

- ملحقات الإيميل:

تسمح معظم برامج الإيميل لك بإرفاق وثائق مع رسالتك، مما يسهل تبادل المعلومات بجميع الأشكال والصيغ على المتراسلين - طالما أنهم يستخدمون برنامج قراءة الرسائل نفسه.

على كل حال، إذا لم يكن برنامج من تراسله قادراً على فهم أو تفسير مرفقات رسالتك، أو حتى تفسير الملفات التي ترسلها بغير نظام وورد / Word أو الصور، تأكد أنها ستظهر عنده بشكل مشوش ولن تفي بالغرض المطلوب منها. يفضل دائماً أن تقوم بإرسال الوثائق والملحقات الطويلة عبر شبكة الويب وإرسال الإيميل عبر URL. إذا لم يكن لدى جهازك خيار أو إمكانية تحميل وثائق طويلة على شبكة الويب، أو إذا كنت لا تعرف الطريقة لعمل ذلك، ابعث إيميل إلى صديقك أولاً واسأله إذا ما كان جهازه يستطيع التعامل مع الوثائق والملحقات الطويلة بالصيغة التي سترسلها عليها. وبعد تعرفك إلى من تراسله وإلى نوعية نظام جهازه لن تضطر لسؤاله هذا السؤال ثانية.

- مخطط الصفحة:

إن الكلام المقروء على شاشة الكومبيوتر يختلف عن المقروء في الرسالة العادية، وغالباً ما يجد الناس صعوبة أكثر في قراءة النصوص على الشاشة. إن الانطباع الذي تخلفه الشاشة ليس بنفس قوة الانطباع الذي تخلفه الرسالة الورقية. قد يكون خط الأحرف أو ترتيبه أصغر من خط الرسالة الورقية وقد يكون هذا الخط قبيحاً في بعض الأحيان. ومرة ثانية، قد يكون جهاز المرسل إليه لا يملك نفس إمكانيات وتقنيات جهاز المرسل، الأمر الذي سيؤدي إلى تشويه الرسالة أو تغيير صيغتها وطريقة ترتيبها. إن هذا يعني، في النهاية، أن صيغة الإيميل لن تظهر بالضرورة بنفس صيغة الرسالة المكتوبة على الورق.

- طول السطر:

ينبغي أن لا يتجاوز عدد الأحرف في السطر الواحد /٧٠/ حرفاً، وذلك من أجل ترك فراغ في السطر يستطيع مستلم الرسالة أن يضع فيه إشارتي الاقتباس أو ترك فراغ أول الفقرة إذا ما أراد الاستشهاد بسطر أو فقرة من رسالتك في رده عليها.

- النثر الموجز والمختصر:

هل تذكر كم مرة طلب منك في المدرسة أن تكتب بحثاً من عشر صفحات، ثم عوقبت لأنك أوجزت في مقالتك ولم تكتب العدد المطلوب من الصفحات مما كان يضطرك لأن تحشو بحثك بكثير من الكلمات والعبارات التي لا معنى لها من أجل إتمام كتابة العدد المطلوب من الصفحات. عند كتابة الإيميل يختلف الأمر تماماً، إذ إنّ القاعدة هنا هي: الإيجاز. فإذا طلب من تراسله منك المزيد من المعلومات حول الموضوع الذي تتراسلان من أجله، يمكنك تزويده بما يريد في إيميل آخر.

إذا كنت ترسل تقريراً إلى عدة أشخاص، يفضل أن لا توجز، بل تقدم شرحاً أطول في رسالتك أو تقريرك كي لا تنهال عليك الأسئلة والاستفسارات من مستلمي تقريرك (كما ينبغي أن تتأكد من انك ترسل التقرير فقط إلى الأشخاص الواجب إرساله لهم).

تفسر لك كايتلين داك شيروود هذه القاعدة على موقعها التالي على الإنترنت
Kaitlin Duck Sherwood at http:// www.webfoot .Com

«كلما قل عدد الأشخاص الموجودين على قائمة المرسل إليه، ينبغي أن تكون الرسالة أقصر».

على أية حال، إن عبارة «أحاول أن أذكر كل شيء في الصفحة» تعني على الأغلب رسالة طويلة مؤلفة من خمسة وعشرين سطراً، وبالتالي فإنها طويلة جداً بالنسبة لطول الإيميل المفروض.

كيف يمكنك فهم ومعرفة الأشخاص الذين تراسلهم:

ليس من السهل عليك تكوين فكرة واضحة عن شخصية من تراسله لأنك لا تراه وجهاً لوجه، لأن تقديراتك حول عمره وجنسه وحالته الاجتماعية ودرجة ذكائه وثقافته تبقى قاصرة عن رسم الصورة الحقيقية له. وكذلك الحال مع قارئك، فإنه سيكوّن صورة واهية عنك مبنية على عدة افتراضات.

هنالك عدة إشارات أو ملامح تدفعك وتدفع من تراسله لتكوين افتراضات حول شخصيتيكما. وبشكل عام، يعتمد الناس على أربعة مقاييس يبنون عليها افتراضاتهم حولك عبر الشبكات هي:

- اللغة التي تستخدمها.
- عنوان عودة الرسالة.
- طريقة تذييلك (توقيعك) للإيميل.
- سهولة تعاملك مع الإيميل.

سنشرح فيما يلي كل واحدة على حدة لنساعدك على إبراز أفضل صورة عنك.

اللغة التي تستخدمها:

تذكر كايتلين داك شيروود Kaitlin Duck Sherwood في كتابها «دليل كتابة رسائل البريد الإلكتروني» أن أهم مقياس لتحديد ملامح شخصيتك هو مقدرتك اللغوية. فإذا كان لديك كثير من الأخطاء الإملائية، وتستخدم افعالاً وعبارات لا علاقة لها بنصك، سيفترض الناس أنك غير مثقف أو غير متعلم. وربما يفترضون أنك غير ذكي، على الرغم من ضعف العلاقة بين الذكاء والمقدرات الكتابية.

لابد أنك تذكر مدى انزعاجك عندما تتلقى رسالة مليئة بالأخطاء، خاصة المطبعية منها. إن للغة السليمة، نحوياً وإملائياً، أهمية كبيرة (خاصة عند كتابة الرسائل الرسمية في مجال العمل ومع المحترفين).

إن تخصيص بعض الوقت لمراجعة وصياغة رسالتك جيداً سيحسن بالتأكيد من أسلوب الرسالة وبالتالي من صورتك في عيون من تراسلهم. ولكن ليس من المعقول أن تمضي ساعة من الزمن لكتابة كل رسالة خاصة إذا كنت مضطراً لإرسال حوالي عشر رسائل يومياً. هنا يمكنك اللجوء إلى المصحح اللغوي والإملائي الأوتوماتيكي في حاسوبك، ولكن لا تعتمد عليه كلياً إذا كان يهمك أن تعطي انطباعاً جيداً عنك لأن هنالك العديد من الأخطاء التي لا يمكن للمصحح اكتشافها.

إذا أردت رفع مكانتك وتعزيز شخصيتك حقاً في عيني من تراسله عن طريق لغتك. عليك اللجوء إلى دراسة بعض الأسس اللغوية والنحوية الضرورية في حال كانت إمكانيتك اللغوية ضعيفة. ويمكنك - بالنسبة للغة الإنكليزية- اللجوء إلى كتاب سترانك ووايت Strunk and White «عناصر الأسلوب» (Elements of Style) الذي ذكرناه في مقدمة هذا الكتاب.

يساعد تطوير القدرات الكتابية كثيراً في الحياة والعمل بشكل عام وليس فقط في مجال الاتصال عبر الشبكات، خاصة بالنسبة للأشخاص الذين يتراسلون بلغة غير لغتهم الأم وبالنسبة لأولئك الذين تركوا مقاعد الدراسة باكراً لإدارة شؤون مزارعهم على سبيل المثال. كما سيساعد هذا الأمر على زيادة المفردات اللغوية وعلى استخدام الكلمات والتعابير الدقيقة في مكانها الصحيح.

العنوان الذي تصممه لمراسلتك عليه:

مما لا شك فيه أن قارئ رسالتك سوف يستقي بعض المعلومات من اسم المخدّم (الاسم) الذي تضعه بعد رمز @ في عنوان الإيميل. يتألف هذا الاسم عادة من عدة كلمات منفصلة عن بعضها البعض بعلامة النقطة التي تدل على أن كل كلمة موجودة تتبع مؤسسة خاصة. على سبيل المثال، يدل الاسم التالي arc.nasa.gov @ على مركز أبحاث ايمز Ames Research Center التابع لوكالة ناسا NASA التي تعد بدورها واحدة من المؤسسات المكونة للحكومة الأمريكية.

إذا استلمت رسالة لا يوجد في عنوان مرسلها إشارة @ فهذا يعني على الأرجح أنه يتبع نفس مؤسسة الاتصالات التي تتبع لها. مثال ذلك، إذا تم إرسال إيميل من sunnybaker @aol.com إلى kimbaker @aol.com، سيرى كيم فقط كلمة sunnybaker في حقل عنوان المرسل.

الحديث عبر الشبكات / Online Lingo

الخيط: إن هذه الكلمة ستمر معك مراراً في هذا الكتاب. فعلى سبيل المثال ستقدم لك خدمات الشبكة خيطاً عن الحدث الذي تتناقله الشبكات لتقرأه.إن الخيط هو ببساطة تدفق الكلام بين المتحاورين على الشبكة. إن الخيط في أية مقابلة مع أحد المشاهير هو كلام الشخصية الشهيرة وكلام الحضور. وفي غرف الحوار، تدور عدة أحاديث في آن واحد، لكل حديث منها خيط يدل على موضوعه.

إليكم بعض الأمثلة عن العناوين ودلالاتها على شخصيتكم:

إذا كان عنوانك يحمل الرمز ibm.com سيفترض الناس أنك إنسان راشد وخبير بشؤون الكومبيوتر، وغير ممل إلى حد ما.

إذا حمل عنوانك كلمتي aol.com سيظن بعض الناس أنك تراسلهم من منزلك وأن رسالتك لا تتعلق بشؤون العمل.

إذا كان عنوانك على الشكل التالي washington.k12.ia.us سيعتقد من تراسله أنك دون سن الثامنة عشر.

أما العنوان الذي يحمل webtv.net سيدل على الأغلب أن صاحبه جاهل بشؤون الكومبيوتر.

ومن اسمك يستطيع القارئ تحديد جنسك. علماً أن بعض الأسماء قد لا تكون واضحة الدلالة تماماً، فاسم بربارة المذكور في العنوان التالي barbara@aol.com يدل بالتأكيد على فتاة مع أنه ببساطة يمكن أن يكون الاسم الثاني (الكنية) لشخص اسمه جورج بربارة.

يحمل الاسم دلالات أخرى أيضاً. فعندما يكون قصيراً وخالياً من الأرقام فإنه يدل على أنك من أوائل الأشخاص الذين حصلوا على موقع في الشبكة. وبالتالي فإن جو صاحب العنوان التالي joe@ibm.com قد سبق بالتأكيد جو الذي عنوان موقعه joe 4739@ibm.com.

طريقة تذييلك / توقيعك للرسالة:

شخصيتك الحقيقية: كل شيء عنك يكشفه توقيعك

بما أنك لا تستطيع التحكم دوماً باختيار الأسماء التي تستخدمها على موقعك على الشبكة (domain name)، يمكنك على الأقل إعطاء الناس انطباعاً جيداً عنك من خلال توقيعك للإيميل. فالتوقيع يحمل الكثير من مفاتيح الدلالة على الشخصية. ففي المثال التالي:

Reginald Berkmeister

Vice-President of Engineering

Inc..Great Big Computer Company

يعطينا هذا التوقيع انطباعاً أن صاحب الرسالة شخص هام في عالم الهندسة.
أما التوقيع التالي:

Reggie Berkmeister

Redlands High School

(Age 15)

Check out the German Homepage at http://www.germany.org!

فيعطينا انطباعاً أن المرسل شاب من أصل ألماني على الأغلب.

قد يكوّن الناس فكرة عنك وعن مدى نضجك وميلك إلى الأسلوب الرسمي من خلال طريقة كتابتك لاسمك في التوقيع، فهم بالتأكيد سيتعاملون مع Reginald.Berkmeister.Ph.D.@cnhor.com بجدية أكثر من تعاملهم مع reggie@anchor.com.

لذا من الأفضل أن تقدم أنت بعض المعلومات التي تعرف القراء بك عند البدء برسالتك - إذا كنت لا تعرفهم -.

نموذج رسالة تبدأ بالتعريف عن الشخصية:

هاي! اسمي ريكي، طالب في ثانوية ريدلاند في شمال كاليفورنيا. أعمل في المدرسة في مشروع حول الاختراعات الحديثة في تصاميم الحاسوب. هل تستطيع مشكوراً تزويدي بآخر كتالوج عن شركة الكومبيوتر الكبرى Great Big Computer Company؟

أو:

مرحباً! أنا نائب مدير شركة الكومبيوتر الكبرى. رجاءً، هل يمكنكم إرسال أحدث كتالوج عن أسطوانة ونكا؟ إنني أفكر بشراء أجهزة مشابهة من أجل مشروعنا الجديد.

لاحظ أن الكاتب في المثال الثاني يحدد عمله ومركزه الوظيفي ويكتب بطريقة تدل على مقدراته اللغوية الجيدة. صحيح أن المبالغة في استخدام بعض الكلمات

الطنانة قد يبدو مصطنعاً، ولكنه مفيد في الرسائل القصيرة ويعزز من مكانة وصورة كاتب الرسالة.

سهولة تعاملك وكتابتك لرسالة الإيميل:

يحكم الناس عادة عليك وعلى درجة ذكائك من خلال مهارتك في التعامل مع الإيميل. فهم سيفترضون أنك حديث العهد في هذا المجال إذا لم يكن نصك لائقاً أو إذا طبعت رسالتك بأحرف كبيرة أو حتى إذا اعتمدت طولاً مبالغاً فيه للسطر بحيث يخرج الكلام خارج حدود الشاشة. إضافة إلى ذلك قد يحكمون عليك بأنك جاهل في أمور الاتصال عبر الشبكات وأنك لا ترغب في تطوير وتحسين مقدراتك في هذا المجال.

الكتابة بطريقة رسمية:

بطريقة أو بأخرى، تستطيع التحكم بعدد الرسائل والردود الواردة إلى عنوان بريدك الإلكتروني من خلال اللغة التي تستخدمها في رسائلك ودرجة الرسمية فيها. نظراً لأنه من السهل جداً الرد على رسائل الإيميل، يميل الناس عادة لاستخدام اللغة النثرية البسيطة غير الرسمية. وكلما كان الإيميل أقل تكلفاً ورسمية، كلما زادت فرص الرد عليه، والعكس صحيح وبهذا سيكون من السهل عليك إن رغبت باستلام عدد كبير من الرسائل على عنوانك أن تحقق ذلك باتّباع أسلوب بسيط وغير رسمي في الكتابة.

عليك الانتباه دائماً لنبرة حديثك أو بمعنى أدق لأسلوب ولغة رسائلك. فإذا أردت أن يرد عليك عدد كبير من الناس، اتبع الأسلوب غير الرسمي وكن عذب الحديث. أما إذا كنت لا تريد تشجيع عدد كبير من الناس على الرد عليك، اتبع الأسلوب الرسمي في الكتابة.

هل تعريف المرسل بشخصه ضروري حقاً؟

تعتمد الأهمية التي ينبغي أن تعلقها على ما تقدمه لقارئك من ملامح عنك على النقاط أو الأسئلة التالية التي يجب أن تطرحها على نفسك:

- ماهو مدى ما تعرفه عن الأشخاص الذين تراسلهم؟ إذا كان هناك كثير من المراسلات بينك وبين قرائك، لا بد أن يكونوا قد كونوا فكرة عن جنسك وعمرك ووضعك الاجتماعي والفكري من خلال كتاباتك. لذا فإن استخدامك للغة ضعيفة مليئة بالأخطاء النحوية بالإضافة إلى عدم تقيدك بقواعد وإتيكيت الإيميل سيؤثر حتماً على وضعك بنظرهم.

- ماهي النتائج المترتبة على رسالتك؟ إذا كنت تراسل رئيسك في العمل عليك أن تحرص على سلامة لغتك نحوياً وإملائياً. وإذا كنت تراسل اشخاصاً في مجال عملك أو في مجال بيع بعض السلع، لاداعيَ لأن تهدر كثيراً من الوقت من أجل سلامة رسالتك لغوياً، لأن ما يهم هؤلاء الأشخاص فعلاً هو العمل الذي يربطكما معاً. اما إذا كنت تطلب مساعدة بعض الأشخاص أو مشورتهم أو حتى تريد اقتراض بعض المال منهم، فاعلم أن تجاوبهم معك يعتمد على مدى تأثير رسالتك عليهم.

- هل سيهتم من تراسلهم فعلاً برسالتك؟ بلا شك إن مدرسي اللغة في مدرستك يهتمون بسلامة رسالتك لغوياً أكثر بكثير من اهتمام رفاقك في النادي بهذا الأمر. إن الأشخاص الذين يرسلون ويتلقون العديد من رسائل البريد الإلكتروني يكونون بالتأكيد أكثر تسامحاً بشأن موضوع سلامة اللغة من غيرهم ممن يقضون ساعة كاملة من وقتهم من أجل كتابة كل رسالة إيميل.

- كيف تبدو الرسالة الواردة إلى بريدك؟ إذا كانت الرسائل التي تردك ضعيفة لغوياً، أي من ناحية الإملاء والنحو واستخدام علامات الترقيم، فمن

الطبيعي أن لا يهتم أصحاب هذه الرسائل إن كانت لغتك أنت أيضاً على هذه الشاكلة.

- هل تزعجك الافتراضات الخاطئة عنك؟ إذا كان اسمك بات (اختصار باتريك)، وكنت تنزعج من ظن من يراسلك أنك فتاة ولست شاباً (افتراضاً منه أن بات هو اختصار لاسم باتريشيا مثلاً). يستحسن إذن أن تذكر اسمك كاملاً. وإذا كنت لا تهتم لظن من تراسلهم أنك مراهق، يمكنك المضي لاستخدام لقب المتزلج عبر الشبكة (InLineSkater).





أدوات وتقنيات ومفردات الإيميل

سنطلعك في هذا البحث على بعض التقنيات والأدوات التي تلزمك لإرسال رسالة إيميل لائقة إلى من يهمك أمر مراسلتهم. إضافة إلى تعريفك ببعض المفردات والعبارات التي ينبغي أو لاينبغي عليك استخدامها في رسالتك.

اختيار من تراسلهم:

إن حرصك في اختيار من تراسلهم يجب أن لا يقل عن حرصك عند توزيع تقارير العمل للأشخاص المعنيين في عملك أو عند توزيعك لبطاقات معايدة أو دعوة لحضور حفلة زفافك على سبيل المثال.

من الذي يتصدر اسمه القائمة / آ / (أي قائمة «أرسل إلى / Send to») ومن الذي يقع اسمه في نهاية القائمة / ب / (أي قائمة «أرسل نسخة إلى / Copy to»). إن تحديد هذا يتوقف على مضمون رسالتك وعلى أهميته. في العمل، عليك حصر من تراسلهم بالأشخاص الذين هم فعلاً «بحاجة للمعلومة» التي ترسلها. لأن إزعاج نائب المدير المالي، على سبيل المثال. برسالة حول مبرّد المياه القديم يبدو لا فائدة منه.

لا ينطبق هذا الكلام بالطبع على أصدقائك وأقاربك، فهم سيقدرون أيميلك، أو قد لا ينزعجون٩١ منه على أقل تقدير، حتى ولو كان ما بداخل الإيميل لا يعنيهم. بل على العكس. قد يستمتع بعضهم برسالتك لأن استلام رسائل بالنسبة لهم أفضل من عدم تسلم أية رسائل على الإطلاق.

ننصحك أن تأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار، ونقدم لك فيما يلي بعض الإرشادات عن كيفية تحديد قوائم من تراسلهم ومن تضع على هذه القوائم.

إرسال إلى/ : Send to

ضع فقط أسماء الأشخاص الذين تود إرسال رسالتك هذه لهم في هذا السطر. تجنب وضع أسماء الأشخاص الذين تعلم أنهم لن يقوموا بالرد على رسالتك أو أنهم ليسوا مضطرين لذلك، لأن هذا الأمر سيبدو محرجاً.

إليك هذا المثال:

قم برفع جميع الكتل الموجودة عند الألتين ٢٢ و ٣١ قبل طلوع شمس الغد. وقل لفريق العمل أن يعملوا طوال الليل على هذا إذا اقتضى الأمر، وإلا ...! عليهم أن لا يفعلوا هذا ثانية أبداً.

إن إرسال مثل هذه الملاحظة قد تفتح الباب لسوء الفهم إذا وصلت إلى شخص غير معني بهذا الأمر. وهنا بعض الردود التي قد يقولها الشخص الذي وصلته الرسالة المذكورة بالخطأ:

- إنهم ينتظرون مني إصلاح خطأ لم أرتكبه!
- يبدو أنني سأتحمل ذنب خطأ لم ارتكبه وإنما ارتكبه شخص غيري مما سيعرض عملي للخطر!
- ما المقصود بهذا الكلام بحق السماء؟
- لا أعرف ما المقصود بهذا الكلام؟ يبدو أنني وضعت بالخطأ على هذه اللائحة!

ولغرابة الأمر، فإن المديح أو النصيحة التي توجه في مجال العمل يلقيان نفس ردة الفعل. لنفترض مثلاً أنك وجهت الرسالة التالية لمدير أحد المشاريع:

نهنئ السيد لوينسكي وفريقه على عملهم الرائع! إنكم فعلاً تستحقون التكريم للعمل الممتاز الذي قمتم به!

إن إرسال مثل هذه الرسالة إلى الشخص الخطأ سيكون الرد عليها من قبل مستلمها على النحو التالي:

- من هو السيد لوينسكي هذا؟ يبدو أن خطأ ما قد حدث! ماذا أفعل؟
- ربما من الأفضل أن أتصل بهذا الشخص وأقدم له التهنئة؟ ولكن ما الذي أستطيع قوله عن مشروع لا أعرف عنه شيئاً؟ لا أستطيع سؤال أحد عن هذا الأمر وإلا سأبدو غبياً!
- هل كان من المفروض أن أكون من ضمن فريق هذا المشروع؟

٣ عدم الوقوع في الخطأ:

إذا ارتكبت خطأ إرسال رسالة غير مناسبة إلى مديرك أو إلى أحد المسؤولين في شركتك، إليك ما قد يظنّون أنك قد فعلت:

١- ربما تكون قد وضعت اسم مستلم الرسالة بالخطأ على قائمة المرسل إليه.

٢- أنك حديث العهد بشؤون رسائل البريد الإلكتروني.

٣- أنك لم تميز بعد الحدود التي ينبغي أن لا يتجاوزها المرؤوس مع رؤسائه (تحتم البيروقراطية عليك عدم إرسال رسالة إلى من هم أعلى من مديرك المباشر إلا إذا اطلع عليها وقام بتنقيحها).

٤- أنك لا تتحلى بالتهذيب المطلوب في تعاملك مع البريد الإلكتروني، وبالتالي ينعكس هذا على كل تصرف تقوم به، وقد يؤدي هذا لحرمانك من العلاوات والترقيات التي تستحقها (إذا ما ظل رئيسك يتلقى رسائل غير لائقة منك).

٥- أن هنالك خللاً ما في طريقة تفكيرك.

النسخ / :Copy

يمكنك إرسال نسخ عن إيميلك إلى الأشخاص الذين ليس لديهم اهتمام مباشر بمضمونه، إي الذين لا يشكل استلام المعلومات التي ترسلها ضرورة بالنسبة لهم. وهنا أيضاً، إذا أرسلت نسخة عن إيميل ما إلى الشخص غير المناسب، فإنك ستفتح له الباب كي يسيء الحكم عليك وعلى شخصيتك، وبالتالي سيهمل قراءة رسالتك.

النسخة المحجوبة BCC / : Blind Copy

تستخدم هذه النسخة لإخفاء أسماء الأشخاص الآخرين- الذين ترسل إليهم نسخة من رسالة ما- عن المرسل إليه الأصلي. مثال ذلك إذا أردت تأنيب أحد الموظفين على تقصيره بواسطة الإيميل وأردت إطلاع مديرك على هذا الإيميل دون إشعار الموظف بهذا يمكنك إرسال نسخة BCC إلى مديرك.

تفيد النسخة المحجوبة أيضاً في إخفاء العناوين؛ أي بمعنى آخر إذا أردت إرسال إيميل إلى عدة أشخاص ولم ترغب بكشف عناوين بعضهم لبعضهم الآخر، يمكنك إرسال نسخ BCC محجوبة إلى الأشخاص الذين تريد إخفاء عناوينهم.

التحكم بالبريد الوارد وحمايته من القرصنة:

من الضروري معرفة كل ما يرد إلى بريدك الإلكتروني والتحكم به لعدة اعتبارات هامة: فقد تقودك إحدى الرسائل إلى موقع ما مصاب بفيروس، أو قد تدل أولادك إلى بعض المواقع الإباحية. ولحسن الحظ، فإن معظم برامج الكومبيوتر الحديثة تحتوي على وسائل لحجب البريد السيئ عن جهازك. أغلب وسائل الحجب هذه تدعى فلاتر، وتسمح لك بتحديد وغربلة الأشخاص الذين لا ترغب باستلام إيميل منهم. إلا أن نقطة ضعف هذه الوسائل تكمن في أنها لا تستطيع حجب البريد السيئ الوارد إليك من أشخاص لا تعرفهم.

هنالك بعض برامج حجب أكثر تعقيداً، كبرنامج أوتلوك من مايكروسوفت مثلاً، الذي يستطيع كشف العناوين والمواقع المزورة - تكنيك يستخدمه قراصنة الإنترنت باستمرار - وطردها، ولا يسمح إلا بمرور الرسائل الواردة من الأشخاص الموجودين على قائمة العناوين الخاصة بك. وتقدم لك شركة AOL كذلك برنامجاً مماثلاً لغربلة البريد الوارد.

تقدم لك عدة برامج بطاقة أو لنقل إشارة خاصة (wild card)، مثل «✤»، مهمتها حجب بعض المواقع غير المرغوب فيها عن بريدك. إن وضع مثل هذه الإشارة عند احد المواقع - hotmail.com ✤ على سبيل المثال - يحجب كل ما يرد عن طريق هذا الموقع بغض النظر عن الاسم المذكور أولاً. تبقى هنالك سلبية لهذه الطريقة، وهي أنها تحجبُ البريد الجيد الوارد من ذلك الموقع أيضا، وهذه المشكلة تحدث مع جميع برامج فلترة أو غربلة البريد.

٣ هنالك قرصنة/ Spam على الخط....

يعود استخدام هذه الكلمة إلى البرنامج الكوميدي الذي قدمته فرقة مونتي بايثون Monty Python الإنكليزية على قناة BBC حول مقهى مليء بالفايكنغ (القراصنة الاسكندنافيين).

لقد أزعج إطلاق هذا اللقب على مسيئي استخدام البريد الإلكتروني أعضاء نادي القراصنة الحقيقيين، إلا أنهم، بفضل حرية الإعلان على الشبكة، سرعان ما استعادوا روح الدعابة لديهم. يمكنك زيارة نادي محبي القراصنة (Spam fan club) على موقع www.spam.com وشراء بعض الأدوات الخاصة بالقراصنة من خلاله.

كيفية تجنب القرصنة:

إن أفضل طريقة لتحقيق هذا هي إخفاء عنوانك. كيف؟ بداية عليك إخفاء نفسك وراء اسم آخر عند مشاركتك في إحدى غرف المحادثة أو عند ردك على رسالة وردتك من شخص لا تعرفه أو حتى عندما ترغب بشراء أي شيء عن طريق شبكة الويب. وننصحك بتجنب المشاركة في المسابقات والاختبارات المجانية أو حتى في تقديم خدمات تطوعية إذا طُلب منك ذلك، وتجنب كذلك المشاركة بالألعاب وحل الأحجيات والمتاهات عبر الشبكة مع أشخاص أو مواقع مشبوهة. باختصار، ابتعد عن التسلية التي تأتيك عبر هذا الباب.

ولكن تذكر أنه لا يمكنك إخفاء عنوانك عن قراصنة الإنترنت طويلاً، فهم سرعان ما سيجدون طريقهم إليك وعندها ستجد نفسك مضطراً لتغيير عنوانك بين فترة وأخرى حتى لو كنت لا تحبذ هذا الأمر.

تحويل الرسائل الواردة

تحتوي معظم برامج الإيميل على هذه الميزة، فقط اضغط الزر المخصص وتتحول الرسالة التي وردتك إلى من تريد.

إن تحويل الرسائل فن بحد ذاته. وهو عملية هامة من أجل إرسال المعلومات والأخبار الهامة إلى الأشخاص الذين يهمهم أن «يلموا بكل شيء»، ولكنهم لسبب أو لآخر لم يكونوا على قائمة المرسل الأولى. ولكن في بعض الأحيان، قد تكون هذه الطريقة وسيلة لوصول بعض المعلومات إلى أشخاص لا تعنيهم هذه المعلومات من بعيد أو قريب.

عندما تقوم بتحويل أية رسالة، اعلم أن الرسالة كلها ستتحول بصورة أوتوماتيكية، لذا عليك أن تكون متأكداً أولاً أن من تحول له هذه الرسالة هو فعلاً بحاجة لكافة المعلومات الواردة فيها. فإذا لم يكن كذلك، احذف الأجزاء التي لا

تهمه من الرسالة. واعلم أنك قد تضطر أحياناً لإرفاق هذه الرسالة بملاحظة تكتبها أنت لتوضح للقارئ بعض النقاط حولها.

إليكم نموذج عن رسالة تم تحويلها بعد إرفاقها بملاحظة قصيرة (لاحظ كتابة كلمة «محول / FW or Forward» في سطر تحديد الموضوع - ولاحظ أيضاً أن ملاحظة المرسل تكتب أولاً في المكان المخصص لنص الرسالة قبل الرسالة المحولة):

إلى: تشارلي سميث

من: جان ليبتون

الموضوع: محول: تخفيض موازنة العام المالي الجديد: الاجتماع يوم الثلاثاء.

مرحباً تشارلي:

عرفت أنك تود الحصول على نسخة من هذه الرسالة. الرجاء مقابلتي غداً صباحاً فور وصولك لمناقشة هذا الأمر.

جان

> إلى: جان ليبتون

> التاريخ: ١٤ كانون الثاني ٢٠٠٢

> من: فريد سامرز

> الموضوع: تخفيض موازنة العام المالي الجديد: الاجتماع يوم الثلاثاء.

> جان- إنها السنة المالية الجديدة ونحن نطلب من كل رؤساء فروع

> الشركة أن يقلصوا مقدار ١٠٪ من الموازنة خلال هذه السنة.

> سنضطر لإجراء بعض التغييرات في الموظفين كحل أخير كما سنؤجل

> بعض المشاريع التي تحتمل التأجيل إلى السنة القادمة، وقد نلغي

> بعض المشاريع الأخرى إن أمكن ذلك. خصصنا يوم الثلاثاء كاملاً

> لعقد اجتماع نناقش فيه هذا الخصوص وننظر في آرائك

> واقتراحاتك. أرجو أن أراك قبل بدء الاجتماع على انفراد لترى إن كنت

> تستطيع خفض ٥٪ على الأقل من الموازنة المخصصة لك.

> فريد سامرز، المدير الإداري.

تجدر الإشارة هنا إلى أن بعض برامج الإيميل، وليس جميعها، تستخدم إشارة > قبل كل سطر من أسطر الرسالة المحولة. فيما يلي نقدم لكم رد تشارلي على الإيميل السابق المحول إليه:

جان، اشكرك على تحويل هذه المعلومات إليّ. لطالما قدرت أسلوبك المحترم والمخلص بالتعامل معي في العمل. رغم انني لا استطيع تصديق ما يحدث، إلا اني اثق بحكمتك واعرف انك لن توافق على اتخاذ اي إجراء ما لم يكن يحمل آثاراً ايجابية على الشركة. سأحاول عمل ما بوسعي بشأن تخفيض الموازنة مع أن هذا يعني، للأسف الشديد، اضطراري للتخلي عن بعض الكفاءات الهامة في فرعي.

تشارلي

ماذا لو كان مديري يخطئ في كتابته:

اقتراح بسيط: إن معظم برامج الإيميل تقوم أوتوماتيكياً بتصحيح الأخطاء الواردة - سواء أردت هذا أم لم ترده - في الرسائل المحولة أو في الرسائل التي تستشهد منها بفقرات في ردك عليها، الأمر الذي قد يزعج صاحب الرسالة الأصلية إلى حد ما. لذا عليك الانتباه لهذه الناحية وبالتالي عدم القيام بإجراء أية تعديلات أو تصحيح لرسالته، وانتبه ايضاً لعدم انتقاد أسلوب كتابة اية رسالة أخرى أو الأخطاء النحوية والإملائية فيها مهما كانت درجة ثقافتك.

الأسماء المستعارة:

إن الاسم المستعار (alias) عبارة عن اسم واحد يمثل مجموعة كاملة من متلقي الرسائل. وعند مراسلتك لموقع اسم مستعار واحد فإنك تراسل كل من تضمه مجموعة ذلك الموقع. لذلك فإن استخدام هذه الطريقة يوفر عليك كثيراً من الجهد والوقت في الطباعة.

فعلى سبيل المثال، قد يكون موقع عائلتك على الشكل التالي:

mom91832@sigh.com

joe@joe.com

bigSIS@earthlink.com

grannysmith@gte.net

sallykempler@halcion.net

عوضاً عن التعامل مع هذه العناوين بشكل منفصل، يمكنك جمعها تحت اسم «عائلتي». وعندما تريد إرسال رسالة إلى كل هؤلاء الأشخاص، ما عليك إلا أن تكتب كلمة عائلتي في سطر «إلى:».

يمكنك استخدام مجموعات متعددة من الأسماء المستعارة أيضاً: إذ تستطيع استخدام «عائلتي» لأفراد عائلتك القريبين واستخدام اسم آخر للأقارب البعيدين كاسم سميث كلان SmithClan على سبيل المثال. ومن ثم يمكنك استخدام الاسمين معاً عندما تريد إرسال إيميل إلى جميع أقاربك. يمكن دمج عدة أسماء مواقع مشتركة مع بعضها البعض كما يمكنك استخدام ميزة النسخة المحجوبة / BBC بمجرد كتابة هذه الكلمة في سطر العنوان.

نلفت انتباهك إلى عدم المبالغة في استخدام الأسماء المستعارة، فبالتأكيد لا يهم كل زملائك في العمل أن يعلموا بأمر الرحلة التي قمت بها في الإجازة. كما ننبهك إلى مراجعة قائمة الأسماء التي يضمها الاسم المستعار عند إرسالك لأية معلومات حساسة خشية أن تصل هذه المعلومات إلى شخص لا يفترض به الاطّلاع عليها.

كتابة رد على رسالة باستخدام المجيب الأوتوماتيكي (AUTORESPONDER):

عند غيابك عن المنزل أو العمل لعدة أيام، يمكنك الاعتماد على هذه الميزة إن كانت موجودة أصلاً في برنامج البريد الإلكتروني الذي تعتمده، إن هذه الميزة تمكنك من الرد أوتوماتيكياً على من يراسلك أثناء غيابك، يمكنك كتابة المعلومات التي تريدها، بما فيها موعد عودتك وسبب تغيبك وأسماء وأرقام الأشخاص الذين

من الممكن الاتصال بهم عند الطوارئ بل حتى خط رحلتك يوماً بيوم. إليك فيما يلي نموذجاً جيداً عن رسالة رد أوتوماتيكي:

مرحبا! لقد وصلت رسالتكم إلى صندوق تشاك كارلسون للبريد الإلكتروني. سأضطر للتغيب يوم ٢٩ كانون الثاني. إذا احتجتم لأية مساعدة من فريقي، فإن شيللا ستتلقى المكالمات الضرورية على الرقم ٦١٩-٥٥٥-١٢١٢ . وإلا يمكنكم ارسال ايميل إلى بريدي الإلكتروني الذي سأتفقده فور عودتي.

تشاك (تشارلز) كارلسون

تحتوي رسائل المجيب الأوتوماتيكي عادة على النقاط التالية:

- تحية واعتذاراً بسيطاً لعدم تواجدك حالياً .
- اسمك في حال وصول الرسالة إلى شخص آخر عن طريق الخطأ .
- سبب غيابك عن الشبكة.
- موعد عودتك إلى الشبكة.
- مَنْ يمكن الاتصال في حالات الطوارئ.

إذا كان لديك معلومات إضافية تحب أن تعطيها لمجموعة معينة من الأشخاص، يمكنك إضافة هذه المعلومات في الرسالة على الشكل التالي:

مرحباً! لقد وصلت رسالتكم إلى صندوق تشاك كارلسون للبريد الإلكتروني.

سأضطر للتغيب يوم ٢٩ كانون الثاني. إذا احتجتم لأية مساعدة فورية من فريقي، يمكنكم الاتصال بشيللا على الرقم ٦١٩-٥٥٥-١٢١٢ . وإلا فيمكنكم ارسال ايميل إلى عنوان بريدي الإلكتروني وسأقرؤه فور عودتي.

إذا كنتم بحاجة إلى المزيد من المعلومات حول موضوع الأجهزة، الرجاء الاتصال بالسيد ليون جيرولسكي على الرقم ٥٤٥-٥٥٥-١٢١٢، فهو الذي سيتولى هذا الشأن في غيابي.

تشاك (تشارلز) كارلسون

- رسائل المجيب الآلي المنزلي أو العائلي:

يمكنك استخدام هذه الميزة أيضاً مع صندوق البريد الإلكتروني في المنزل عند ذهابك أنت وأفراد أسرتك في إجازة. ولكن انتبه! ستكون هذه الطريقة فرصة جيدة لإعلام اللصوص أنكم خارج المنزل. نظرياً ستصل رسالتك هذه إلى الأشخاص الذين تثق بهم وتحب إطلاعهم على موعد بدء وانتهاء رحلتك التي ستمضيها على ضفاف النيل، ولكن عملياً، ستجد أنها قد وجدت طريقها إلى قراصنة الإنترنت الذين سرعان ما سيقومون بتحويلها إلى من يهمهم الأمر.

صحواً أم مطراً، لابد أن يصل البريد:

عندما تكون مضطراً لإغلاق بريدك الإلكتروني لفترة من الزمن، يستحسن أن تعلم من يراسلونك بواسطة رسالة المجيب الأوتوماتيكي، وبذلك فإنهم يعرفون أين يجدونك إذا دعت الحاجة. يمكنك كتابة ما يلي على سبيل المثال:

مرحباً، أنتم على صندوق بريد تشاك كارلسون الإلكتروني. سيتوقف بريدي الإلكتروني عن استلام أية رسائل اعتباراً من الساعة الحادية عشرة من صباح يوم السبت ١١ حزيران ولغاية الساعة الثانية فجراً من يوم الثلاثاء ١٤ حزيران من أجل صيانة وتحديث نظام الجهاز، الرجاء أخذ العلم أنني لن أستطيع استلام أية رسالة خلال هذه الفترة، ويفضل الاتصال بي هاتفياً في حال إرسالكم لأية رسالة بعد انتهاء الفترة المذكورة للتأكد من استلامي إياها، نظراً لأن أعمال صيانة وتحديث الجهاز التي تمت العام الماضي استمرت أكثَرَ من أسبوع. أما بخصوص الرسائل الهامة التي لا تحتمل التأجيل، يمكنكم الاتصال بي بشأنها هاتفياً على الرقم ٤١٦-٥٥٥-١٢١٢، أو إرسال رسالة بالبريد الليلي السريع.

آسف لهذا.

تشاك

إذا تعذر عليك إرسال رسالة رد عبر المجيب الأوتوماتيكي، يستحسن أن تكتب ملاحظة في نهاية كل إيميل ترسله قبل فترة إيقاف الجهاز إلى الأشخاص الذين تراسلهم عادة.

حفظ البريد:

باختصار، يمكنك حفظ البريد الوارد أوتوماتيكياً ببرمجة برنامجك البريدي لعمل ذلك. بالطبع سيتم حفظ كل البريد الوارد، ثم تقوم بإلغاء غير الهام منه يدوياً. ويمكن أن تحفظ البريد الهام على برنامج البريد كما ذكرنا - حيث يقوم النظام بحذفه بعد مدة من الزمن تحددها أنت - أو تحفظه في جهاز الكومبيوتر.

عندما تريد أن تعود إلى رسالة سابقة لقراءتها، يمكنك أن تحدد هذه الرسالة بعبارة، لم تقرأ / Unread، فتظهر لك ثانية كرسالة جديدة عندما تفتح بريدك لاحقاً.

مخاطر تصحيح التجارب الطباعية:

لأسباب غير واضحة بالنسبة لنا، ولكننا خبرناها بعد كتابة أكثر من عشرين كتاباً، من الممكن أن تمر بعض الأخطاء التي لا نلحظها أثناء قيامنا بقراءة البروفة الطباعية على الشاشة مع أننا من المستحيل ألا نلاحظها عند قراءتنا لرسالة مكتوبة على الورق. بالطبع يسهل على الشاشة تصحيح الأخطاء أو إضافة أية أخطاء محتملة - غير مقصودة طبعاً -.

اسس تصحيح الطباعة على الشبكة:

إذا كنت مضطراً لتصحيح البروفة الطباعية على الشاشة، هنالك خطوات أساسية عليك اتّباعُها هي:

تكبير الصفحة: لتسهيل قراءتك للرسالة وكشف الأخطاء، قم بتكبير الصفحة إلى ١٥٠٪.

استعمال نظارات القراءة: لا تنس وضع نظاراتك الطبية الخاصة بالقراءة - إن كنت تستعملها - من أجل قراءة الرسالة على الشاشة بشكل أوضح.

استعمال الإصبع كمؤشر: اقرأ الرسالة ببطء وتمعن مستعيناً بإصبعك لتتبع الكلمات إن لزم الأمر.

استعمال خط مريح وواضح: إن بعض الخطوط المطبعية أسهل وأوضح من غيرها، فاعتمد في رسالتك على هذه النوعية من الخطوط.

استعمال خط غامق للأحرف: تجنب استعمال الخطوط والألوان الفاتحة لصعوبة قراءتها على الشاشة.

وبجميع الأحوال، إذا أردت أن تصل رسالتك بدون أخطاء، اطبعها ثم قم بمراجعة النسخة على الورق إن أمكن، إذا احتجت لإعادة كتابتها، أو إذا كانت الأخطاء المطبعية كثيرة، لا تتردد بالقيام بذلك من جديد.

واعلم أن المصحح اللغوي الأوتوماتيكي لن يلحظ كل الأخطاء، فكلمات مثل there، their، theyre، باللغة الإنكليزية تعتبر صحيحة كلها بالنسبة للمصحح الإملائي، وقد يكشفها المصحح النحوي ولكنه غير موجود في معظم برامج كتابة الإيميل.

وقع كلام رسالتك على المتلقي:

عند كتابتك لرسالة إيميل، عليك توخي الحذر، لأن هذه الرسالة قد تبدو جيدة بالنسبة لك ولكنها قد تفسد صباح متلقيها بسبب كلماتك التي بدت له سلبية وعدائية، فمجرد تعليقاتك الانتقادية البسيطة قد تبدو مدمرة بالنسبة له.

ما سبب حدوث هذا؟ يكون كلام رسائل الإيميل مختصراً عادة مما يضطر القارئ لقراءة ما بين السطور. تمعن في الأمثلة التالية ولاحظ الفرق الطفيف بين

كلمات الجملة الإيجابية والجملة السلبية، ولاحظ أيضاً الخيط الدقيق الفاصل بين الفظاظة والسلبية في الكلام وبين الكياسة واللطف فيهما:

سـلبي: إنني سعيد لأنك قمت أخيراً بالعمل الذي قمنا بتعيينك من اجله.

ايجابي: إنني سعيد لأنك تحاول القيام بالعمل الذي عيناك من أجله.

سـلبي: أتعرف أن أسلوبك مضحك في قول ما تريده في الإيميل.

ايجابي: إن كتابتك تميزك بشكل فريد.

سـلبي: لم تجبني بخصوص حساب شركة كووا. إني أنتظر ردك منذ ستة أيام،... الخ.

ايجابي: لم أتلق منك أي رد على الإيميل الذي أرسلته لك بخصوص شركة كووا. لابد أنك غارق في العمل، لذا سأتصل بك.

/ ٥٠ / كلمة يمكنك استخدامها عند كتابة الإيميل:

نعرض عليك في الجدول التالي أكثر الكلمات الشائع استخدامها في الاتصال عبر الشبكات، سواء في رسائل الإيميل أو في غرف المحادثة. بعض هذه الكلمات يستخدم حصراً في الاتصال بين الشبكات، أما معظمها فيستخدم في وسائل الاتصال التقليدية. لاحظ أن الكلمات «الجيدة» ليست دائماً إيجابية بالضرورة.

answer رد	bookmark مؤشرة الكتاب
associates زملاء	crash انهيار
brainstorm فكرة بارعة	cyberspace الاتصال عبر الفضاء
chat محادثة	dialogحوار
command طلب	enhanced معزّز
cumulative تجميعي / تراكمي	evolving متطور

dynamic ديناميكي / حيوي

entropy إنتروبيا

friends أصدقاء

good question سؤال جيد

help / helpful مساعد / مفيد

join us انضم إلينا

mutual مشترك

offline خارج الشبكة

productive مثمر

solve حل

study ادرس / دراسة

together معاً

virtual عملي / فعلي

activity نشاط

agreed موافق

build / building بناء

code / coded رمز

fast سريع

good listener مستمع جيد

good to see you again

تسرني رؤيتك ثانية

inclusive شامل

model نموذج

online على الشبكة

operational تشغيلي

site موقع

structure بنية / بناء

surf / surfing ركوب الأمواج

team فريق

tools أدوات / وسائل

useful مفيد

weagree نوافق

valuable قيم

visit زيارة

/ ٥٠ / كلمة يجب تجنب استخدامها على الشبكة:

إن الكلام المستخدم في الاتصال بين الشبكات يختلف عن الكلام اليومي الذي نستخدمه في كتابة تقارير أو مذكرات العمل. لذا هنالك بعض الكلمات التي يجب تجنب استخدامها على شبكات الاتصال مذكورة في الجدول التالي:

anybody want to --- ? هل يريد أحد منكم - ؟

call this number for important information ....

اتصل بهذا الرقم للحصول على معلومات هامة....

failure / system glitch فشل أو خلل في الجهاز

hard / hard way to من الصعب

I need employees... أنا بحاجة لموظفين..

Idiot savant عالم أحمق

Its a billion dollar proposition عرض يساوي بليون دولار

lost ضائع

newbie حديث العهد

patch يرقع

shutdown إغلاق

unavailable غير متوفر

unlikely بعيد الاحتمال

useless عديم الفائدة

إضافة إلى العديد من كلمات السباب المتداولة على الشبكات نظراً لغياب الرقابة القانونية والرقابة الأسرية.

waste / wasted إهمال

awkward أخرق/ سمج

busy مشغول

clumsy / klunky أخرق

crisis أزمة

deleted ملغى

fix تحديد/ إصلاح

forget it إنس الأمر

get off دعني

اغرب عن وجهي get off / get out / get outta here

لا استطيع I can't

لديَّ صور تهمك ... I have pictures

(تجنب أية مراجع تحمل هذه الصيغة إذا كنت في حوار لا يتعلق بالعمل أو مع شخص لا تعرفه ولا تثق به)

لن افعل / لن اقوم ... I wont

مستحيل impossi

احمق jerk

فقدت الاتصال lost contact

اعمل / افعل make do

ابداً never

غير ممكن بالمرة no way

غريب odd

أسلوب مفزع panic mode

ضحل shallow

غبي stupid

هون عليك please! ،take it easy

لا يمكن إصلاحه unfixable

غير محترف unprofessional

__انت you ___! You'rea ____!

ست طرق سهلة لتحسين نصوص الاتصالات:

هنالك ست نقاط تفيد الأشخاص الذين يعتمدون على كتابة النصوص:

■ قل ما تعنيه تماماً: ليكن كلامك - عند كتابة الرسالة - دقيقاً وتامَّ المعنى، حتى لو تطلب ذلك منك المزيد من الكلمات التي لم تكن ترغب في استخدامها. أما في

غرف الحوار، إذا لم تستطع التعبير بسرعة عن فكرتك انتقل إلى الفكرة التي تليها لأن مَنْ يتحاورون معك لن ينتظروا طويلاً حتى تتم طباعة جملتك.

■ اعرف من تتصل به: كما ذكرنا سابقاً يجب أن تعرف ما إذا كان من تراسله أو تحاوره عبر الشبكة يعرف كل الاختصارات والرموز التي تستخدمها.

■ اسأل ولا تخمن: يقال: إنَّ الولايات المتحدة كانت قد ألقت القنبلة النووية على ناغازاكي، بعد هيروشيما، لأن رسالة الاستسلام التي بعثها اليابانيون لم تكن مفهومة جيداً. لذا عليك أن تسأل من أجل المزيد من التوضيح عندما يتعذر عليك فهم بعض الكلمات أو الجمل أو الاختصارات أو أيقونات التعبير عن المشاعر. صحيح أنك في هذه الحالة قد تبدو غير خبير بالاتصال عبر الشبكات ولكن هذا أفضل من احتمال حدوث سوء تفاهم.

■ حافظ على هدوئك: احتفظ بمشاعرك القوية للمكالمات الهاتفية أو للقاء من تحدثه وجهاً لوجه. فكر قليلاً كيف يبدو الأمر (في المثال التالي) بالنسبة للمشاركين الآخرين في اجتماع عمل عبر الشبكة:

«جان، لابد أنك لا تملك أدنى فكرة عما يظنه الأكاديميون عن وضعك. إنك تتصرف بجهل وبعجرفة في آن واحد، تماماً كما يتوقع الجميع منك أن تتصرف».

إن مثل هذه الرسالة لن تحظى بالترحيب لا من قبل المتلقي ولا من قبل الآخرين الموجودين على الخط. وما يزيد الأمر سوءاً أن المتلقي المجروح قد يقوم ببعض الإجراءات بخصوص ملاحظتك القاسية عنه من الممكن أن تكلفك خسارة عملك أو خسارة شخص عزيز.

■ عرِّف عن نفسك: عند استخدامك لبريد شخص آخر، تأكد من التعريف بنفسك وعدم إرسال الإيميل باسم شخص آخر. اكتب اسمك في سطر الموضوع أو إذا تعذر ذلك قم بكتابته في بداية نص الرسالة، كما في المثال التالي:

«عزيزتي السيدة بيكر. أنا جاك أرو. أكتب إليك عن طريق صندوق صديقي فريد البريدي لأن حاسوبي قد تعطل بعد تعرضه للاحتراق الأسبوع الماضي...»

■ تجنب الصيغ شديدة التكلف: ذكرنا هذه النقطة سابقاً ونعود لذكرها هنا ثانية: إن ما يبدو لك لائقاً على شاشتك - كالأسطر والصور التي تستخدمها لتوضيح فكرتك- قد يعطي عكس نتائجه المرجوة. فقد يعطي رسالة مشوشة أو رسالة لن يتمكن القارئ من فتحها. إذا شعرت برغبة في إرسال رسالة بشكل وصيغة مختلفين، ابعث رسالتك هذه، بالصيغة التي يمكن لقارئك فتحها، على شكل ملف مرفق.

سبب ضرورة تجنبك لهذه العبارات:

من بين ملايين الكلمات، في مختلف لغات العالم، هنالك عدد من الكلمات علينا عدم استخدامها عند كتابة الإيميل، لأن المتلقي سيعتبرها إما غير لائقة وإما مقصودة. بالطبع لا نستطيع حصر هذه الكلمات والعبارات كلها، ولكن بإمكاننا أن نعرض عليك بعض ما يجب أن تحذر من استخدامه. وانتبه هنا أيضاً إلى أن الأسلوب التهكمي غير محبذ في الاتصال عبر الشبكات. من هذه العبارات:

- «أين كنت؟»

إيجابي: «لقد اشتقنا إليك»

سلبي: «كيف تصادف أنك لم تكن موجوداً عندما احتجنا إليك؟»

- «لا تخبرني».

إيجابي: «أخبرني!»

سلبي: «لا تخبرني.»

- «لماذا؟»

إيجابي: «رجاءً اشرح لي الأمر».

سـلبي: «لا أستطيع تصديق هذا!»

- «إنه اكبر من طاقتنا».

إيجابي: «من الصعب علينا التعامل معه».

سـلبي: «ليس هاماً كي نزعج انفسنا من أجله».

- «غير ممكن»

إيجابي: «مستحيل / غير ممكن!»

سـلبي: «شيء عجيب!»

- «لن تصدق هذا...»

إيجابي: «إن هذا لأمر عظيم...»

سـلبي: «استعد لسماع نبأ سيىءٍ...»

كما رأيت، من السهل أن تربك وتشوش قارئ رسالتك عندما تستخدم الكلمات غير الصحيحة. وأفضل طريقة لتجنب هذه المشكلة هي أن تعيد، انت أو شخص آخر، قراءة رسائلك - أو الهامَّ منها على الأقل- قبل إرسالها.





أسس الحوار عبر الشبكات، قوائم المراسلة ونشرات الأنباء

هنالك نوعان رئيسيان للاتصال على الإ نترنت: لامتزامن، حيث ترسل رسالة، كالإيميل مثلاً، إلى شخص ما فيجيبك عندما يحلو له: و متزامن، بحيث يكون المرسل والمرسل إليه على الخط معاً في نفس الوقت ويكون الرد فورياً. ويسمى محادثة/ تشات.

أول ما يجب أن تعرفه عن المحادثة/ التشات:

تسمح خدمة التشات لشخصين أو أكثر في أي مكان بالعالم بالتحدث مع بعضهم البعض عبر الانترنت - ويتم هذا الحديث عادة بتبادل رسائل بين المتحاورين في نفس الوقت عوضا عن استخدام الصوت -.

لتحقيق هذا النوع من الاتصال يلزمك أمران، طبعاً بالإضافة إلى الاشتراك بخدمة الانترنت، وهما: أولاً وجود شخصين أو أكثر على الخط للتحاور، ثانياً وجود برنامج خاص بالمحادثة (chat software). ويمكنك إجراء حوار صوتي ولكن تحتاج في هذه الحالة إلى مايكروفون و/أو كاميرة فيديو خاصة بالويب عند كلا المتصلَّين.

من أهم عوامل نجاح إي حوار تحلي المتحاورين بالصبر وبالمقدرة على التفهم. تكمن أهمية تحليك بالصبر في أنك ستصادف على الشبكة نماذج مختلفة من البشر. فإذا كنت تملك هاتين الخصلتين، بالإضافة إلى خدمة الإنترنت وبرنامج المحادثة وإلى إتقانك للغة شائعة، يمكنك الدخول في أي حوار بسهولة - طبعاً إذا كنت قادراً على التكيُّف مع كل الأجواء والمواضيع التي قد تجد نفسك طرفاً في مناقشتها.

زبائن وبرامج المحادثة:

هنالك عدة شبكات توفر لك خدمة التشات على الانترنت، مثل Chat on Yahoo! ، ICQ Chat ، AOL Chat بالإضافة إلى عدة مواقع لغرف المحادثة على شبكة الويب. ولدخول أية غرفة محادثة على الويب ما عليك إلا إتباع الخطوات التي تجدها على موقع الويب.

تتطلب أنظمة الحوار الأخرى برنامجاً خاصاً، فعلى سبيل المثال هنالك عدد كبير من غرف الحوار على شبكة AOL تغطي مختلف المواضيع، ولكن للدخول في هذه الغرف عليك قبل كل شيء أن تكون عضواً في هذه الشبكة وأن تستخدم برنامج الحوار الخاص بها الذي يمكنك من دخولها. وبعض شبكات الحوار الأخرى تتطلب حصولك على برنامج حوار خاص يسمى عادة وكيل الحوار.

في الواقع، يوجد عدد كبير من هؤلاء الوكلاء منها المجاني ومنها غير المجاني. ويمكن أن يتم الحوار بين عدة مواقع على شبكة الإنترنت. يمكنك تجريب الموقعين التاليين: www.ZDNet.com أو www.tucows.com من أجل إيجاد وكلاء الحوار. وما عليك إلا أن تبحث في برنامج الحوار (chat software) وستجد تنويعات كثيرة لمواضيع حوار عامة وخاصة على حد سواء.

من النص إلى الحوار التلفزيوني المرئي:

كانت برامج الحوار الأصلية بسيطة وتعتمد على النص المكتوب أساساً. وهنالك العديد من البرامج الرائدة في هذا المجال - والتي ما زالت شائعة - بما فيها وكلاء إنترنت ريلي تشات (Internet Relay Chat (IRC الذين يقدمون خدمات مجانية، نذكر منها: mIRC و PIRCH وهما يحظيان باستقطاب عدد كبير من المستخدمين. إضافة إلى برنامج IRC Toons الذي يستهوي أولئك المستخدمين الذين يحبون ابتكار الأشكال و الرسوم المتحركة المختلفة الأشكال التي تجسد شخص أو فكرتهم (avatars) التي تمثلهم علاوة على التفاعل مع ابتكارات الآخرين ممن يستخدمون البرنامج نفسه.

الأشكال المجسدة : Avatars

تقدم بعض برامج الحوار المتطورة خياراً إضافياً للمستخدمين يتمثل في إمكانية صنع أشكال ورسوم مختلفة تمثل المستخدمين في غرف المحادثة ثلاثية الأبعاد. تبدو هذه الأشكال عادة على هيئة المستخدِم، ولها لون الجلد نفسه والشعر وملامح الوجه نفسها. وقد تسمح لك بعض البرامج باستخدام صور فوتوغرافية حقيقية. ولكن تذكر، ليس بالضرورة أن يجسد الشكل المرسوم (avatar) الشخص الذي يستخدمه، فقد يكون هذا الشكل مجرد قناع يتخفى وراءه المستخدِم.

استخدام برامج المحادثة : (Chat Software)

إن معظم برامج التشات سهلة الاستخدام. ستلاحظ فور دخولك إلى غرفة المحادثة ثلاثة عناصر:

١- النافذة التي يتم فيها الحوار، حيث سيظهر كلامك وكلام المشاركين الآخرين.

٢- مربعاً كي تكتب داخله إجابتك قبل إرسالها باستعمال مفتاح «Send» أو مفتاح «Enter» أو أي مفتاح آخر من شأنه إظهار رسالتك في نافذة الحوار.

٣- نافذةٌ تظهر أسماء المستخدمين أو الأشكال التي تمثلهم (Avatars) المتواجدين في الغرفة. لا تقدم جميع برامج المحادثة هذه النافذة، وأحياناً يتم إلغاء عملها - في حال وجودها- لترك مكان أكبر لنافذة الحوار.

في غرف الحوار الصوتية، ستسمع صوت المستخدم عند دوره في الكلام، بينما يستمر ظهور الحوار المطبوع على الشاشة.

مع التطور الكبير الذي طرأ على شبكة الويب مؤخراً، أصبحت معظم الاتصالات الفورية (المحادثة) تتم عن طريق عالم هذه الشبكة الملون والمتنوع. يمكنك تجربة الدخول في حوار على هذه الشبكة على هذين الموقعين:

http://www.yahoo.com أو http://www.ivillage.com/chat/

حيث يقدم لك هذان الموقعان أجواء حوار تتميز بالنصوص الملونة وأيقونات مشاعر مختلفة الأشكال بالإضافة إلى ميزة الحوار الصوتي - إذا كانت هذه الميزة موجودة في برنامج المحادثة الذي تستخدمه.

معظم المحادثات شخصية:

إن معظم المحادثات التي تتم على الإنترنت تحمل الطابع الشخصي بين أشخاص يحملون الاهتمامات نفسها. يكون هؤلاء الأشخاص منفتحون عادة ومستعدون لتقبل أعضاء جدد، ولكن انتبه! قد يكون أعضاء بعض هذه الغرف «المنفتحة» قد شكلوا مجموعة أو عصبة خاصة بهم نظراً لطول مدة تحاورهم مع بعضهم البعض، وبالتالي قد يكون لهم بعض القوانين الخاصة بهم. قد يقبل أفراد مثل هؤلاء المجموعات بانضمامك إليهم أو لا يقبلون ذلك.

إذا لمست عدم الترحيب من إحدى غرف الحوار، يستحسن تركها والانتقال إلى غيرها. إذ إنَّ هنالك كثيراً من الغرف يتميز أعضاؤها بالانفتاح فعلاً فيما يتعلق بدخول أعضاء جدد إلى غرفتهم.

في هذه الأجواء الجديدة للاتصال عبر غرف الحوار، يمكن للمشاركين أن يتمتعوا بميزة الحوار الصوتي المسموع، إذا كانت أجهزتهم (في طرف المرسل والمرسل إليه) تتمتع بهذه الميزة.

ولكن على الرغم من كافة التطورات والتقنيات الجديدة التي ظهرت في عالم الاتصال الفوري عبر الإنترنت، مازالت معظم المحادثات تعتمد على النص المكتوب. هذا لأن معظم المتحاورين يحملون وجهة النظر نفسها: وهي أنهم إذا أرادوا إجراء حوار صوتي يمكنهم استخدام الهاتف، وسيلة الحديث التقليدية القديمة.

عدم ذكر الأسماء في غرفة الحوار:

إحدى ميزات غرف الحوار الملفتة هي استمتاع بعض المشاركين بإغفال ذكر أسمائهم للسرية. بالطبع ستنعدم هذه الميزة في حال انتشار تقنية الحديث المرئي. إلا أنه مازال بإمكان المتحاورين الآن استخدامها إذا رغبوا في ذلك. إذ إنَّ بإمكان المتحاور استخدام «اسم بديل» يكون عبارة عن «تصغير لاسمه» (صيغة يستخدمها للتهكم أو التحبب) أو يمكنه استخدام إي شكل يختاره (avatar) ليمثله.

في بعض الأحيان قد يطلب من المتحاورين كشف عنوانهم البريدي وجنسهم وموقعهم (يظهر هذا الطلب على شكل ? A/S/L). إذا لم ترغب بكشف هذه المعلومات، وهذا ما ينصح به عادة، يمكنك الاكتفاء بالاسم السري أو الشكل / الرمز للتعريف عن نفسك.

على كل حال، هنالك مكان في غرف الحوار للأشخاص الذين يحبون استخدام الخيال والتخفي وراء أسماء وشخصيات يحبون انتحالها ومكان للجادين الذين يحبون الدخول إلى الغرف التي تناقش أموراً ومواضيعَ فكرية بحتة.

السؤال عن جنس المتحاور:

هل انت ذكـر (male/M) أم أنثى (female/F)؟ يتكرر هذا السـؤال بكثـرة في غرف الحوار، لأن الناس يتطلعون دوماً إلى الرومانسية. ولكن احذر، فغالباً ما يحدث سوء فهم بشأن هذه الناحيـة. لأنك في الواقع لن تستطيع التأكد من جنس الشخص الذي تحاوره فعلاً - خاصة إذا كنت تبحث عن الرومانسية - وكنت تشعر أن هذا الشخص هو الشخص المناسب لك.

عند بدء انتشار غرف الحوار، كان عدد الإناث المتحاورات قليلاً. وكن يطلبن في بعض الأحيان التحاور مع إناث فقط مما كان يرغم بعض الذكور على التخفي وراء أسماء إناث للدخول معهن في الحوار.

مكان الاجتماع الفعلي:

إن أهمية تكنولوجيا غرف المحادثة آخذة بالازدياد بشكل مضطرد في الأوساط التعليمية. وتقدم الصفوف الفعلية لعدد كبير من مدارس ومعاهد الدراسة بالمراسلة عبر الشبكات وسيلة لنقل المحاضرات إلى الطالب وتسهيل تفاعله مع تلك المحاضرات.

إن استخدام برامج نقل الاجتماعات والمحاضرات المصورة (video conferenc-ing software) والتي تسمح بنقل الصوت والنصوص المكتوبة (text، video and voice-based chat) وتسـاعـدُ على نقل تلك الاجتماعات بشكل حي ومباشر. من أهم وكلاء الصفوف الفعلية (أو غرف الاجتماع الخاصة بالعمل): Mi-crosoft NetMeeting و Holodesk Communicator. ويمكنك استخدامهما مجاناً عن طريق الموقعين التاليين: www.tucows.com أو www.jumbo.com.

أين تقع غرف الحوار؟

توجد غرف الحوار في كل مكان على الإنترنت وعلى شبكة الويب (World Wide Web). هنالك بعض الغرف التخصصية التي تبحث في مواضيع معينة يتم عبرها دعوة ضيوف خاصين (كالكتاب ونجوم السينما وغيرهم) للتحاور معهم. كما يمكن التحاور بخصوص بعض المنتجات على صفحات الشركات. يمكنك الإطلاع على غرف ياهو Yahoo! المتنوعة، أو يمكنك كذلك إذا كنت مشتركاً في شبكة AOL أن تتصفح العدد الكبير من الغرف التي تبحث في شتى المواضيع عليها.

يدخل الناس عادة ويخرجون من هذه الغرف كيف يشاؤون. وتتنوع المواضيع المطروحة فيها لدرجة كبيرة، من زراعة الورود إلى المواضيع الجنسية المختلفة. لذا عليك التدقيق وتوخي الحذر قبل الدخول في أي منها، خاصة إذا كانت تمتلئ بأشخاص لهم أذواق واهتمامات تختلف عن ذوقك واهتماماتك.

وليس مستبعداً أن يقوم بعض الأشخاص المتحفظين في الحياة بالبوح بأسرارهم الخاصة وسرد أدق التفاصيل عنهم عبر الشبكات متخفين وراء أسماء مستعارة. لذا تهيأ لأن تصادف في غرف الحوار أشخاصاً جديرين بالتحاور معهم وأشخاصاً تافهين أو مقززين أو حتى شيطانيين.

افضل الأوقات للحوار:

ليس من المستغرب، على الإنترنت، أن تدخل إلى غرفة حوار لا يوجد عليها شخص آخر. في بعض أنظمة الاتصال، مثل AOL، يمكنك زيارة بعض الغرف التي تبحث في مواضيع معينة ويوجد فيها زائر واحد أو اكثر. والأمر هنا يعتمد على توقيت دخولك هذه الغرف.

وتبعاً لأوقات فراغ المشاركين في غرفة واحدة، قد يكون ذلك الوقت في ساعة متأخرة من الليل أو نهاراً أثناء ساعات العمل. وهنا يجب أن يدخل في اعتبارك اختلاف التوقيت في العالم، بالإضافة إلى ملاحظة أنه لا يوجد توقيت محدد للاتصال عبر الشبكات.

إذا دخلت إحدى الغرف التي يفترض أن تناقش موضوعاً هاماً، ووجدت أن المتحاورين فيها يمزحون ويتحدثون عن حياتهم الجنسية واهتماماتهم الخاصة، أمامك حلان: إما أن تطلب من المتحاورين التقيّد بموضوع الغرفة وإما الانسحاب.

أثناء المحادثة، يكون مفتاح الحوار هو أخذك لدورك في الحديث، خاصة في الغرف التي يمتزج فيها الحوار الصوتي مع المكتوب. حاول طباعة ما تستطيع طباعته - سواء أكان ما تقوله سؤالاً تطرحه أو جملة تقولها أو جواباً ترد به على سؤال ما-. ولمعرفة الفكرة العامة من أية محادثة تجري، يمكنك التريث ومتابعة الحوار لبعض الوقت قبل الدخول في هذه المغامرة.

الخروج من الخط:

لابد أن نلاحظ نوعاً من الحدود الاجتماعية الفاصلة في هذا النوع من الاتصال عبر الشبكات (تشات)، وإن كانت لا تظهر فوراً. تختفي هذه الحدود في أحاديث العمل نظراً لعمومية المواضيع وتحدد نوعها. أما في الأحاديث التي تدور حول مواضيع حياتية عامة، فإننا نلاحظ أحياناً عدم نضج بعض المتحاورين علاوة على تجاوزهم لحدود اللياقة والأدب، مظهرين عدم اكتراثهم بالآخرين من خلال اللغة الغاضبة أحياناً والسيئة أحياناً أخرى والتي يكون المعنى العام منها هو: «أخرج عن الخط».

إذا شعرت أن الحوار قد خرج عن حدود الذوق والأدب، اطلب من باقي المتحاورين تغيير الموضوع واشرح لهم وجهة نظرك في هذا الأمر، فإذا رفضوا ذلك، ما عليك إلا الخروج من الغرفة.

وما ينطبق على غيرك ينطبق عليك أيضاً. أي أنه يتوجب عليك أنت الآخر الالتزام بحدود اللياقة والأدب. إذا لم تراقب نفسك جيداً وتتنبه للفتك، سيقوم نظام SYS-OP بمراقبتك، ومن ثم سيطلب منك «الخروج من الخط» أو قد يمنعك من متابعة الحوار بطردك من الغرفة (لفترة مؤقتة أو دائمة بإغلاق اسمك عن هذه الغرفة).

إذا كان لديك شيء هام تريد قوله ولكن لا علاقة له بموضوع الحوار الدائر، يمكنك دعوة الآخرين إلى غرفة جديدة لمناقشة ما لديك. وبجميع الأحوال، تبقى المواضيع الحساسة المتعلقة بالأسرار الشخصية أو المتعلقة بالعمل أو أسرار الحكومات غير حصينة وعرضة للسقوط بيد الآخرين. لذا لا ينصح بمناقشتها أو الخوض فيها عبر الشبكات.

اللغة التي يجب استخدامها:

تتنوع اللغة المستخدمة في غرف الحوار وتختلف مستوياتها من اللغة الأكاديمية الراقية إلى الثرثرة العادية التي قد تتجاوز الحد الأدنى للذوق المقبول. وكي تتمكن من التحدث باقتدار في غرف الحوار عليك الإلمام بلغتها ومصطلحاتها، لأن المتحاورين في بعض هذه الغرف يقومون عادة باختصار كثير من الكلمات واستعمال مفردات جديدة دخيلة على اللغة النظامية وذلك لتسريع وتيرة المحادثة أو لتسريع ظهور رسالتهم على الشاشة. لذا عليك على الأقل معرفة هذه المصطلحات التي أوردناها لك في الملحق /ب/ لهذا الكتاب.

وكي تتعرف إلى نوعية الحوار ومستوى اللغة والاختصارات المستخدمة في إحدى الغرف، عليك متابعة الحوار لبعض الوقت قبل المشاركة فيه، خاصة وأن الأشخاص الذين يتحاورون لفترة طويلة مع بعضهم البعض ما يلبثون أن يستخدموا مفردات وتعبيرات جديدة خاصة بهم.

انتبه للغتك:

إن أية لغة، سواء محكية أم مكتوبة، تحقق غايتها بنجاح فقط عندما يكون الأشخاص الذين يستخدمونها قادرين على فهم مصطلحاتها ورموزها بل حتى نغماتها. فإذا تحدثت باللغة اللاتينية، على سبيل المثال، مع نادلة مطعم ما في الولايات المتحدة فإنك بالتأكيد لن تحصل على الطعام. وكذلك الأمر على

الخط، إذا رغبت بالتحدث بلغة معينة لا تفهمها إلا فئة قليلة من الناس، وباستعمال أيقونات مشاعر كثيرة واختصارات ومفردات غريبة عجيبة، فإنه من الأفضل أن تستخدم هذه اللغة مع الأشخاص الذين يستطيعون فهمها فقط.

محبطات الحديث في غرفة الحوار:

تكون معظم غرف الحوار مفتوحة عادة لجميع الزوار إلا إذا كانت إحداها مخصصة لمصلحة أعضاء ناد معين أو لمنظمة مهنية معينة لا يدخلها إلا الأعضاء. عندما تدخل إلى غرفة عامة، قد يتم تجاهلك لبعض الوقت لأنك لست من الزوار الاعتياديين لهذه الغرفة، ولكن بعد تكرار دخولك إليها ومن خلال ملاحظاتك وتعليقاتك التي تشارك بها سيأخذ المتحاورون في الغرفة بالتحدث إليك.

لا تنس أن حديثك في الغرف العامة يجب أن يتألف من جمل قصيرة لا تتعدى السطر الواحد. لأنه إذا كان هناك عدد كبير من المتحاورين في هذه الغرفة، فإن السطر التالي من حديثك لن يظهر قبل خمسة أسطر يكتب فيها أولئك المتحاورون تعليقاتهم. فإذا أردت إتمام حوارك مع أحدهم، عليك الدخول معه في غرفة خاصة.

بالنسبة للأحاديث العامة التي تدور بين متحاورين قديمين، يصبح موضوع سلامة اللغة، من ناحية النحو والإملاء واستخدام علامات الترقيم، غير ذي بال إلى درجة كبيرة.

هنا ثانية نؤكد لك على ضرورة ترصدك أو مراقبتك لبعض الوقت للغرف التي تريد المشاركة فيها قبل الإقدام على هذه الخطوة. ولا ينظر إلى هذا النوع من التسلل على أنه غير اخلاقي -عند دخولك الأول إلى اية غرفة حوار- وإنما على أنه نوع من الحذر المطلوب.

أحاديث المقابلات:

نجد هذا النوع من المقابلات مع الشخصيات الهامة والمشهورة على مواقع وغرف حوار شبكة الويب غالباً. مما يهيئ لك الفرصة للتحدث مع شخصيات عامة بارزة في مختلف الحقول، كنجوم السينما والكتاب والباحثين في مجال الطب و مختلف العلوم الأخرى.

كي تستطيع المشاركة في مثل هذه المقابلات، عليك أن تتحلى بالدماثة وان تكون ملماً بشؤون الضيف أو بالموضوع الذي يتناقش فيه مع مضيفه، لتطرح عليه بدورك أسئلة جديرة بالإجابة.

الرسائل الفورية:

للاشتراك في خدمة الرسائل الفورية IM /Instant Messaging يلزمك استخدام برنامج بسيط موجود على عدة شبكات مثل Yahoo! MSN (Mi-،AOL crosoft Network).

تمكن خدمة الرسائل الفورية المستخدمين من إرسال رسائل فورية من وإلى في الوقت نفسه، تماماً مثل خدمة التشات، ولكن مع فارق أنك هنا تستطيع أن تحدد الأشخاص الذين يمكنهم مراسلتك وذلك بتصميم قائمة بأسماء «زملاء المراسلة الفورية». وهكذا فإنك مع خدمة IM تعرف مع من تتكلم، وبالتالي فإن إمكانية إخفاء الأسماء ليست واردة هنا.

من أسرع البرامج التي تمكن عدة مستخدمين من التواصل بهذه الطريقة برنامج ICQ I Seek You، وهو من برامج الإنترنت التي تعلمك عندما يكون أصدقاؤك على الشبكة وتمكنك من الاتصال بهم شريطة أن يستخدموا البرنامج نفسه، اي ICQ. تستطيع من خلال هذا البرنامج التحدث (تشات)، إرسال رسائل وملفات، تبادل صفحات عناوين الويب، اللعب، تصميم صفحتك الخاصة بك.

التبحر مع أصدقائك عبر الشبكة بالإضافة إلى عدة خدمات أخرى. وأحدث نسخة من هذا البرنامج هي ICQ ٢٠٠٠ التي تسمح لك بإرسال رسائل صوتية مع الرسائل المكتوبة.

تصميم الرسائل:

هنالك بعض أنظمة IM التي تمكنك من استخدام الألوان والأنواع المختلفة من أشكال الأحرف الطباعية بالإضافة إلى الأحرف السوداء الثخينة والأحرف المائلة، ولكن ضع في اعتبارك أن هذه الأشكال قد لا تظهر في جهاز المتلقي. ومن أكبر الأخطاء التي يمكن أن تقترفها هو استخدامك لنوع من الأحرف قد يبدو صغيراً للغاية وغير مقروء في جهاز من تراسله، لمجرد أنه يبدو رائعاً على جهازك. لذا ننصحك باستخدام الأحرف والخطوط التي تكون فرصة اختلافها في جهاز المتلقي أقل على الرغم من كونها أقل جمالاً واناقة. والأمر نفسه ينطبق على استخدام الألوان، إذ أن رؤية بعض الألوان - كالأزرق الفاتح على سبيل المثال- أو قراءة الخط المكتوب بها شبه مستحيلة.

لاستخدام أي برنامج IM، عليك أولاً وضع قائمة بأسماء الرفاق الذين تريد تبادل هذا النوع من الرسائل معهم (ممن يستخدمون برنامج المراسلة الفورية نفسه) تذكر فيها عناوين بريدهم الإلكتروني. عندما يتواجد أولئك الأشخاص على الشبكة، تظهر أسماؤهم في نافذة عندك وعندها تستطيع أن تكاتبهم. أما إذا كنت أنت على قائمة أصدقاء شخص آخر، سيرى هذا الشخص اسمك في نافذته عند تواجدك على الشبكة ويمكنه حينها إجراء محادثة معك. إذا لم ترغب بأن يعرف رفاقك بأنك على الشبكة، يمكنك أن تطفئ برنامج (IM) وتستخدم الميزة الموجودة في البرنامج التي تمكنك من التخفي.

عملياً، تعتبر رسائل IM وسيلة لقول «مرحباً، أرى أنكم على الخط. كيف تسير أموركم؟» لأصدقائكم و أفراد أسرتكم. لكننا لا ننصحك بمراسلة أصدقاء العمل بهذه الطريقة إلا إذا كانوا يرحبون بذلك.

تظهر في الرسائل الفورية نافذة فيها مربع للكتابة مع مربع آخر أكبر يظهر الحوار كله. ويكون طول مثل هذه الرسائل محدوداً عادة. وستهمل النافذة إظهار أي كلام تكتبه يتجاوز حد الأحرف المسموح بكتابته. تسمح لك بعض البرامج باستخدام تنويعات للأحرف والأشكال والألوان وحتى ألوان الخلفية، ولكن لا تضمن لك إلا ظهور النص الأساسي عند المتلقي.

في بعض الأحيان عندما تكون على الشبكة، يصدر فجأة عن الجهاز صوت رنة ثم تظهر نافذة على الشاشة أمامك فيها حوار شبيه بالتالي: «وصلتك رسالة فورية منhondaSue@Wineck.com. هل تود قبولها؟» وهنا ستجد في النافذة مربعات ازرار مكتوب عليها Help. Decline.Accept . فإذا اخترت موافق/Accept، تفتح لك نافذة الحوار من أجل التحدث مع صاحب الرسالة.

إن خدمة الرسائل الفورية هي البديل السهل عن المكالمات الهاتفية، مع فارق أنك تستطيع التحدث طوال النهار مع من تريد مجاناً دون أن تدفع قرشاً واحداً.

نموذج حوار دائر بطريقة الرسائل الفورية:

هيفاء ٤٥٦: هاي وليد! هل نستطيع التحدث الآن؟

وليد: هاي هيفاء، انا مشغول جداً الآن. هل أستطيع الاتصال بك بعد قليل؟ ماهو رقم هاتفك فقد أضعته من جديد.

هيفاء ٤٥٦: رقمي هو١٢١٢- ٥٥٥- ٨٠٠. باي وليد. أتمنى أن لا أكون قد أزعجتك و قطعت عليك عملك.

وليد: بالطبع لا. وأنا بانتظار التحدث إليك، ولكن عليَّ تسليم الموازنة اليوم وإلا فإن مديري سيطردني. سأتحدث إليك بعد الساعة الرابعة إن كان هذا مناسباً لك.

هيفاء ٤٥٦: هذا مناسب. إلى اللقاء.

وليد: إلى اللقاء.

لابد أن نلفت انتباهك إلى أن مشكلة رسائل برنامج IM الفورية الوحيدة هي انه مع تزايد أعداد الأشخاص المتواجدين على الشبكة طوال اليوم، قد تتصل بأحدهم ظناً منك أنه مازال موجوداً على الشبكة بينما يكون هو في الواقع بعيداً عن جهازه وقت اتصالك، وبالتالي فإنه سيستلم رسالتك لاحقاً ويرد عليها في الوقت الذي لا تكون أنت موجوداً فيه.

وأخيراً نذكرك بأنه بإمكانك إجراء عدة محادثات في وقت واحد بهذه الطريقة - إذا لم يكن لديك مشكلة بالنسبة لإجراء أكثر من حوار واحد مع أكثر من جهة واحدة.

رسائل فورية قادمة من الجحيم:

للأسف قد تظهر أمامك فجأة على الشاشة رسائل من أمكنة مجهولة وتحت أسماء مستعارة أو مسروقة. فعلى سبيل المثال، تمت سرقة أسم كيم على شبكة AOL واستخدامه في رسائل وكتابات إباحية كان أحد الردود عليها: «فلتذهب إلى الجحيم. لقد استلم ابني الصغير رسالتك».

إذا تمت سرقة اسمك، اتصل بـ ISP على الفور لإعلامهم بذلك، كي يتم تحديد السارق ومنعه من استخدام اسمك.

أنت لست الشخص المسؤول:

عندما تكون على الخط، ستلاحظ رموز مثل «sys-op» أو «channel-op». الرمز الأول هو ببساطة مشغل النظام – أي الشخص الذي يشغّل الكومبيوتر، وشبكة الكومبيوتر أو النظام العالمي الذي تستخدمه للاتصال. أما الرمز الثاني فهو الشخص الذي يشغّل أو الذي يساعد على تشغيل نظام التشات في غرفة حوار معينة. وبقدرة قادر، يستطيع المشغّلون التحكم برسائل الإيميل وحجب الرسائل التي تنتهك قواعد النظام المكتوبة وغير المكتوبة. يمكنك العودة إليهم لمساعدتك عند مواجهتك لأي مشاكل، أو لمساعدتك على الاتصال بمراجع أخرى خاصة بالاتصال عبر الشبكات ما كنت لتستطيع معرفتها بنفسك.

تعامل مع المشغّلين بصورة حسنة، وهم بالتالي سيتعاملون معك بالطريقة نفسها. إذ من الممكن أن يساعدوك على حل المشاكل الفنية التي تعترضك بتفسير سبب كل المشاكل أو بدلك على الإجراءات الإلكترونية اللازمة لإصلاح الخلل خلال دقائق. أما إذا عاملتهم بصورة سيئة، فإنك ستجد بعد مدة أن كلمة السر التي تستخدمها لم تعد تعمل.

كلمات التشات التي ستحتاج استخدامها:

نورد لك هنا أهم الكلمات التي قد تحتاج لاستخدامها في أية محادثة تقريباً:

أهلاً / welcome

جيد، عظيم، ممتاز / excellent، great،good

شكراً، شكراً لك / thank you،thanks

افتقدتك، افتقدناك / we missed you/I

قوائم المراسلة:

هنالك نوعان من قوائم المراسلات: الأول هو قائمة الأشخاص الذين تستطيع الاتصال بهم للحصول على المعلومات والأخبار اللازمة سواء في مجال العمل أم النادي..الخ. تغطي هذه القائمة عادة المراسلات التي تتم من طرف واحد، أي البريد الذي يردك ولكنك لا تكون مضطراً للرد عليه (مع أنك تستطيع إن رغبت في ذلك).

النوع الثاني من قوائم الاتصال هو القائمة التي يسمح لك بإرسال عدد كبير من الرسائل توزع على مجموعة كاملة من الأشخاص. وتسمى عادة listserve. هذه القوائم أكثر رسمية من التشات ولا تحدث في الوقت نفسه، وهي تستخدم عادة لمناقشة قضايا أو أحداث هامة.

تستطيع الاتصال بهذه القائمة عن طريق كتابة عنوانك في سطر الموضوع لعنوان خاص تقدمه لك هذه القائمة. يبدأ عنوان الإيميل عادة بأحد الرمزين: ma-jordomo@ أو listserve@ وتحتوي في سطر الموضوع على كلمة «subscribe».

انتبه لعدم إرسال رسالتك إلى جهة قائمة الإرسال نفسها، وإلا فإنها سترسل إلى كل شخص موجود على القائمة، الأمر الذي قد يتسبب بإزعاج الآخرين وفتح باب حرب عليك.

إذا أردت الاشتراك في قائمة أخبار الإنترنت INTERNETNEWS (هذا الاسم غير صحيح ولكننا استخدمناه للإيضاح). يجب أن تكون ترويسة رسالتك على الشكل التالي:

From: sunny@bakersquared.com

To: majordomo@strange.org

23 Aug 2002 o0:10-0700.Date: Sat

Subject: Subscribe INTERNETNEWS

أو يمكنك إرسال رسالة فارغة إلى العنوان المذكور، فإذا لم تصل إلى النتيجة المرجوة تستطيع استخدام ميزة مساعدة «help» الموجودة في مكان نص رسالتك. إن هذا ينبه الشخص الذي يحتفظ بالقائمة (sys-op) بأنك تحتاج لمساعدته من أجل الاشتراك. إذا جربت استخدام كلمة «info» في نص رسالتك قد تصل لنتيجة ولكنك على الأغلب ستحصل على معلومات حول القائمة لا عن كيفية الاشتراك.

لا تحيد قوائم المراسلة عادة عن مواضيعها المحددة لها. وغالباً ما يتم جمع الرسائل المرسلة في نهاية اليوم (أو الأسبوع) ثم ترسل إلى كافة المشتركين دفعة واحدة. لذا لا تستغرب، عند تفقدك لبريدك المرسل الأسبوعي، إذا وجدت أن رسالتك قد أخذت وقتاً أطول من اللازم لوصولها.

هنالك عدة مراجع لقوائم المراسلة على الويب مثل http://www.topica.com. وهي تعطيك عادة كل المعلومات التي تريدها فيما يتعلق بطريقة الاشتراك.

مشاكل قوائم المراسلة:

إذا واجهتك مشاكل في تلقي الرسائل أو إذا تعاملت مع بعض المشاركين الصعبين أو المشاكسين، ابعث رسالة خاصة إلى مشغل خط قوائم المراسلة (sys-op) بهذا الخصوص - ولكن لا ترسلها إلى كل شخص على القائمة. أما إذا كان لديك ما تخبر به شخصاً أو اثنين فقط من الموجودين على القائمة، قم بإرسال رسالة خاصة لهما مباشرة دون الاعتماد على القائمة، وانتبه إلى المحافظة على سرية مراسلاتك الخاصة.

إذا شعرت بأنك لم تعد ترغب بالحصول على المعلومات التي تردك عبر قائمة مراسلة، يمكنك الانسحاب ببساطة وإلغاء اشتراكك في تلك القائمة عن طريق استخدام كلمة عدم اشتراك «unsubscribe» أو «signoff». إن معظم خدمات القوائم ترسل الكثير من البريد والكثير من المعلومات التي قد لا تحتاج إليها، لذلك يفضل أن لا تشترك بأكثر من قائمة مراسلة واحدة في وقت واحد.

تسمح لك بعض قوائم الاتصال بإضافة بعض المعلومات أو التعليقات على البريد المرسل إلى كل من على القائمة. ولكن انتبه إلى كون هذا النوع من المراسلات مراقباً دائماً، لذا عليك التقيّد بموضوع الرسالة الأساسي وعدم ذكر معلومات أو تعليقات لا علاقة لها بذلك الموضوع، وبالطبع يمكنك دوماً إرسال كافة الأسئلة والاستفسارات التي تخطر لك حول الموضوع أو المعلومات الواردة، أو الاكتفاء بالاستمتاع بقراءة المعلومات الواردة دون المشاركة بالتعليق عليها.

لا تنس أنك إذا قمت بإرسال رسالة رداً على رسالة واردة عبر القائمة، ستصل رسالتك بالطبع إلى كل شخص على تلك القائمة. وتذكر أنه ليس من الضروري الرد على كل رسالة تردك، خاصة على الرسائل التي تصل بالصيغة التالية:

مرحباً بالجميع!

لقد استلمت الرسالة.

إن مثل هذا الرد المهذب أو غيره من الردود المشابهة لن يضيف شيئاً إلى الموضوع، لأن الجميع يعلمون أن الرسالة ستصل إلى كل من هو مذكور على القائمة. ولكن يمكنك بالطبع ذكر بعض عبارات المجاملة إذا كانت لديك بعض المعلومات أو التعليقات التي تريد ذكرها، كما في المثال التالي:

To: bizplanlist

From: SunnyB

Topic: Guest Speakers

أقدر كل الأفكار العظيمة التي طرحت حتى الآن. ولدي فكرة أود إضافتها هنا، ما رأيكم بوضع ضيف من اليابان على قائمة الاجتماع السنوي؟ هل لديكم أية ملاحظة أو تعليق بهذا الشأن؟ - ساني

قوائم مجموعات الأنباء والنشرات الإعلامية:

إن قوائم المجموعات التي تود الحصول على نشرات الأنباء طويلة وكثيرة جداً. ولكن الفرق هنا بين هذا النوع من الرسائل ورسائل الخدمات listservs هو اننا نجد رسائل قديمة وحديثة في آن واحد حول أي موضوع معين. يمكنك الانضمام إلى إحدى مجموعات أو قوائم نشرات الأنباء عن طريق برنامجك البريدي الذي تستخدمه عبر الإنترنت، حيث يمكنك الحصول على التعليمات اللازمة للاشتراك. ولكن انتبه لوجود آلاف مجموعات الأنباء التي تغطي تقريباً كل المواضيع وبكل اللغات.

عندما تجيب على رسالة أنباء فإنها ستظهر لدى كل المشتركين في المجموعة طوال المدة التي يسمح بها مشغل الخط (sys-op)، ولكن هذا الأمر يختلف على كل حال من مجموعة لأخرى.

عموماً هنالك قاعدة أساسية بخصوص إدخال أية معلومات أو أسئلة أو ردود إلى لوائح مجموعات الأنباء: الا وهي التقيُّد بالموضوع. فإذا كنت تريد الثرثرة مع أحد أو التسلية بالتحدث بما ليس له علاقة بموضوع الرسائل، أوجدْ لنفسك غرفة حوار لهذا الشأن. إن مجموعات الأنباء مفيدة جداً لأنها تعطي معلومات جيدة حول المواضيع التي تهم المشاركين، لذا تأكد من أن المعلومات أو الاستفسارات التي تطرحها تناسبهم جميعاً.





دليل إتيكيت الشبكات

قمنا حتى الآن بتغطية كل النقاط الأساسية المتعلقة بأسلوب كتابة رسائل الإيميل والتحدث بشكل صحيح في غرف الحوار. ولكن من أجل زيادة تسهيل الأمر، نقدم لك في الصفحات القليلة القادمة إرشادات تتعلق بآداب الحديث على الإنترنت (النتيكيت أو إتيكيت الإنترنت).

مهما كانت مكانة الشخص الذي تكتب رسالتك إليه أو تتحدث معه عبر غرفة الحوار أو تعقد معه مؤتمراً أو اجتماعاً مصوراً منقولاً عبر الإنترنت، هنالك قواعد عامة للحديث عليك الالتزام بها كي تتجنب الوقوع في مطب سوء الفهم والإحراج. تتضمن قواعد النتيكيت الطريقة المثلى لكتابة نص الإيميل واستخدام الاختصارات والرموز المناسبة وقوائم المراسلة، لذلك سنقدم لك في هذا الفصل الطرق التي تبعدك عن الوقوع في المشاكل:) عن طريق تجنب استخدام الصيغ غير المقبولة.

قواعد طريق المعلومات السريع:

إن الإرشادات التالية مبنية على التوجيهات المدونة في كتيبات دليل سياسة المستخدم لعدة منظمات وهيئات، لكنها، كما ستلاحظ سريعاً، مستقاة كلها من الذوق العام.

لا ترفع صوتك على الخط:

من اكثر الأخطاء شيوعاً التي يرتكبها مستخدمو رسائل الإيميل في غرف الحوار كتابة الرسالة كلها بأحرف كبيرة، الأمر الذي يدل على الصراخ أو رفع الصوت في الاتصال عبر الشبكة، ويعتبر بالتالي نوعاً من الوقاحة. إذا أردت التأكيد على كلمة ما يمكنك استخدام علامة النجمة عوضاً عن كتابتها بأحرف كبيرة، كما في المثال التالي: ماري، إن الموعد النهائي المحدد في شهر *حزيران* هذا هام للغاية.

لا تمارس القرصنة (عمداً):

إن بعض الأشخاص يحبون المراسلة بواسطة البريد الإلكتروني لأنه لا يكلف تقريباً شيئاً، وبالتالي يمكنهم إزعاج العالم بأفكارهم. وقد يقترحون عليك في بعض الأحيان أن ترفع اسمك من قائمتهم. وهم عادة يختبئون وراء عناوين وهمية مما يجعل من الصعب إيقاف إزعاجاتهم. إن أعمال هؤلاء الأشخاص تعتبر انتهاكاً للقانون، ولحسن الحظ أصبح هناك بعض الوسائل المتاحة التي تساعدك على التخلص منهم مثل برامج حجب قراصنة الكومبيوتر (spam-filter programs١٣١ spam.abuse.net) التي تقدم لك إرشادات من أجل تقليص عمليات القرصنة spam وحجب البريد الذي لا يهمك.

احذر شرطة منع القرصنة:

إذا أردت أن تقوم بأي عمل قرصنة، فاعلم انه طبقاً لقانون الولايات المتحدة يعتبر «استخدام أي جهاز هاتف أو كومبيوتر أو اي جهاز أخر من اجل إرسال إعلان غير مرغوب فيه إلى أي جهاز يمكنه تحويل النصوص والصور من إشارات إلكترونية يتلقاها خط الهاتف العادي إلى مادة مطبوعة على الورق» عملاً غير قانوني. ويسمح هذا القانون للأفراد بملاحقة مرسل مثل هذه الرسائل «غير القانونية»

قضائياً وتغريمه بدفع ٥٠٠ دولار أمريكي عن كل نسخة. وتسمح معظم الولايات الأمريكية باتخاذ الإجراءات اللازمة بحق مثل هؤلاء الأشخاص في محاكم الادعاء. على الرغم من تعذر إيجاد الوقت الكافي لدى معظم الناس لمطاردة مثل أولئك الأشخاص.

لا تشعل شرارة المشاكل:

وذلك عن طريق إرسال رسائل تظهر التحفظ تجاه شخص أو شيء ما، إن مثل هذه الشرارات تخلق جواً غير ملائم من أجل عمليات الاتصال المختلفة عبر الشبكات. وتوقع عند قيامك بمثل هذه الأمور ان تلقى رداً مماثلاً. مما يؤدي بدوره لإيقاد الحروب الشخصية عبر الشبكة.

لا تحول البريد الخاص إلى بريد عام:

إذا استلمت رسالة إيميل خاصة من شخص تعرفه، ليس من اللائق إرسالها إلى أشخاص آخرين. يمكنك ان تتخيل شعورك عندما ترسل رسالة إلى أعز أصدقائك تحدثه فيها عن جارتك اللطيفة، ثم تكتشف أنه قد قام بتحويل تلك الرسالة إلى كل من هو مسجل على دفتر عناوينه.

قلل من حجم الملحقات التي ترفقها برسالة الإيميل إلا إذا كان من تراسله يتوقع ذلك الكم من الملحقات: يستحسن عدم إرفاق كم كبير من الملحقات إلا إذا كنت متأكداً من أن المتلقي يرحب بهذا الكم من البريد. فمن المزعج، مثلاً، أن تضيع خمس أو عشر دقائق من أجل تحميل صورة حيوان يخص المرسل (خاصة إذا كنت تكره الحيوانات). ننصحك عموماً باستخدام المرفقات لإرسال وثائق هامة أو عاجلة أو رسائل طويلة يتوقع المتلقي وصولها.

انتبه عند استخدام عبارات النقد والمزاح:

تأكد من أنك ملم بلهجة الشخص الذي تتحدث معه أو تراسله قبل إرسالك أية تعليقات «ظريفة»، قد يعتبرها بمثابة تهكم عليه. إذا شعرت برغبة في المزاح.

استخدم أيقونة التعبير عن المرح:-):) ليعرف الجميع أن ما تقصده هو المزاح البريء دون أي سوء نية.

ليكن أسلوبك موجزاً وواضحاً:

لتكن فقراتك بمجملها قصيرة وتفي بالمعنى المطلوب. عندما تكون هنالك ضرورة لإطالة رسالتك، أضف ما تريد إضافته في ملف مرفق. إن سر كتابة رسالة الإيميل وغرف الحوار الناجحة هو الإيجاز. لذا فإن معظم خبراء كتابة رسائل الإيميل والحوار يستخدمون نوعاً من الاختزال في رسائلهم غير الرسمية.

عند استشهادك بفقرة من كتابات شخص آخر في رسالتك، احذف ماليس له علاقة بفكرتك: لا تدع برنامجك البريدي ينقل أوتوماتيكياً كل الرسالة التي تريد الاستشهاد بفقرة فقط منها أو التي تريد الرد عليها إن لم يكن هناك داع. خذ الوقت اللازم لاقتطاع العبارات التي تريد الاستشهاد بها. وانتبه إلى أن أحداً لا يحبذ قراءة رسالة طويلة فيها عدة فقرات منقولة من رسالة أخرى من أجل الرد الذي يهمه والذي قد لا يتجاوز سطراً واحداً أو حتى عبارة واحدة مثل، أنا موافق،.

ركز على موضوع واحد في كل رسالة واستخدم عنواناً وثيق الصلة بموضوع الرسالة: لأن هذا من شأنه أن يسهل أمر تصنيف الرسالة على متلقيها.

ضع توقيعك (اسمك) في نهاية الرسالة:

خاصة مع الأشخاص الذين لا يعرفونك بصورة شخصية أو عندما ترسل رسالة إيميل إلى مجموعة من المشتركين أو إذا كان عنوانك لا يحوي اسمك الحقيقي، مثل: intercom.org@ 23 + . ويجب أن يشمل توقيعك اسمك وعملك وعنوانك ورقم هاتفك (اختياري) على أن لا يتجاوز خمسة أسطر.

حدد طول سطر رسالة الإيميل: بعض أنظمة البريد الإلكتروني لا تقدم ميزة تحديد طول السطر، لذا عليك في هذه الحالة أن تحدد طول سطرك بحيث لا يتجاوز ٦٥-٧٠ حرفاً.

استخدم الصيغة القياسية لترتيب التاريخ:

نظراً لطبيعة الإنترنت العالمية ونظراً لأن العالم بمعظمه يستخدم صيغة M /D /Y (الشهر/اليوم/السنة) لتسلسل صيغة التاريخ، يستحسن أن تستخدم التسلسل نفسه مع الانتباه لكتابة اختصارات الأشهر بطريقة صحيحة فلا تكتب Jun (حزيران) مثلاً وانت تقصد Jan (كانون الأول).

اتبع تسلسل الرتب في مراسلاتك مع رؤسائك في العمل:

لا ترسل رسالة إيميل للشكوى إلى المدير العام مباشرة، وإنما بإمكانك إرسالها أولاً إلى مديرك المباشر ومن ثم ترسل نسخة منها إلى المدير الأعلى. لا يعقل أن ترسل بشكواك إلى كل من هم في موقع الإدارة فقط لأنك تريد لصوتك أن يسمع، لأنك في هذه الحالة لن تصل إلى النتيجة المرضية التي تريدها.

انتبه لما تقوله عن الآخرين:

من السهل جداً انتشار رسالة الإيميل بين الجميع، لذا فإن إبداء ملاحظات وتعليقات سلبية حول الآخرين سينعكس عليك في النهاية.

حدد أسماء المراجع أو المصادر أو موقع الفقرات التي تستشهد بها واحترم حقوق النشر والاتفاقيات العامة.

اسأل قبل تحويل الرسائل:

إن تحويل رسالة وردتك إلى شخص آخر دون أخذ إذن صاحب الرسالة يعتبر امراً فظاً ووقحاً.

لا تسمح لأحد باستخدام عنوان بريدك الإلكتروني والبطاقة الشخصية ID وكلمة السر الخاصة بك: لأن كل البريد الصادر عن عنوانك البريدي يجب أن يصدر عنك انت تحديداً، ولا ينبغي لأحد أن يستخدم حسابك باستثناء مشغلي النظام الذين يستطيعون الدخول إما للصيانة وإما لمساعدتك في حل بعض المشاكل.

لا تقاطع الآخرين الموجودين على الخط:

ينطبق هذا الأمر غالباً على غرف الحوار، ولوائح الرسائل والرسائل الفورية المتبادلة في الوقت نفسه. إن من الوقاحة مقاطعة المتكلم في الحديث العادي، وكذلك الأمر على الشبكة.

اتصل في الوقت المناسب (وبالصيغة المناسبة):

على الرغم من كون هذا الأمر ليس بيدك دائماً، ولكن التوقيت الصحيح لدخولك في أي حوار يؤثر بشكل إيجابي للغاية على حديثك ويعطي انطباعا أولياً جيداً عنك. إن مشاركتك في أي حوار في اللحظة المناسبة وإمساكك لطرف خيط الحوار بما تقوله من ملاحظات مفيدة حول الموضوع المطروح يعتبر فناً قائماً بحد ذاته.

وقت ظهور رسالتك على الشاشة:

قد تطبع رسالتك أو حوارك بسرعة فائقة ومع ذلك تجد أن نصفه لا يظهر إلا بعد أن يظهر حديث أو تعليقات ثمانية أشخاص آخرين مشتركين في الحوار. لتتجنب هذا في المستقبل اتبع الخطوات التالية:

- اجب بسرعة دون الاعتماد على المصحح الإملائي الذي قد يأخذ من الوقت المخصص لرسالتك.
- انتظر حتى ينتهي الآخرون من طباعة رسائلهم - في نظام برنامج الحوار الذي يظهر ما يطبعه الآخرون مباشرة على الشاشة-. قد يزعجك الانتظار، ولكن لابأس، انتظر إلى أن يحين دورك.
- في أجواء المحادثة، عليك السماح للآخرين بإنهاء جملهم حتى لو كان البرنامج المستخدم يرسل جملهم الحوارية الطويلة على شكل متقطع.

تفهم واحترم طبيعة ومنزلة من تراسلهم أو تحاورهم: تصرف بحسب مقامك بالنسبة للمجموعة التي تتصل بها، أو قم بكسر هذه القاعدة بحذر -كما لو أنك في اجتماع عمل- في المحادثات الرسمية، وحاول أن لا تتحدث زيادة عن اللزوم وأن لا تأخذ دور غيرك في الكلام. أما في المحادثات غير الرسمية فيمكنك التحدث على هواك قدر الإمكان، وبالمقابل تجنب التزام الصمت دائماً، لأن هذا سيعطي انطباعاً عنك بأنك غير قادر أو غير مستعد للمشاركة في الحوار الدائر. كما أن هذا لن يفيدك في العمل أيضاً ولن يساعدك على ارتقاء السلم الوظيفي بشكل أسرع من الباقين. أما على صعيد العلاقات العائلية أو الحميمة، فسيؤدّي صمتك إلى عزلك عن باقي المجموعة أو إلى جعل الآخرين يعتقدون أنهم غير هامين بالنسبة لك.

تصرف دائماً وفق قواعد السلوك العامة: بالطبع أنت تعرف كل هذه القواعد لأنك تعلمت معظمها منذ نعومة أظفارك. نذكرك هنا بضرورة تجنب استخدام العبارات والألفاظ السوقية والتلميحات الجنسية الفجة والتصرف بطريقة بغيضة بشكل عام، لأن هذا لن يجعلك فقط تظهر بمظهر مضحك بالنسبة لباقي المشاركين، وإنما سيؤدي، وفقاً لبعض أنظمة الاتصالات، لطردك من الشبكة (قامت مؤسسة AOL بطرد عدد من المستخدمين عندما اكتشفت استخدامهم لألفاظ جارحة في رسائلهم). وقد يؤدي سلوكك السيئ في اجتماعات العمل التي تتم عبر الشبكة لإرسال تقارير إلى مديرك بهذه الخصوص.

كيف تدخل في الحوار:

حاول دائماً الدخول إلى أية غرفة حوار مبتدأ بإلقاء التحية : «مرحباً يا رفاق، من الرائع أن أكون هنا معكم!» . ومن اللائق أن تعلن دوماً عن دخولك إلى الغرفة، حتى وإن لم ترد المشاركة بالحديث وإنما تريد الاكتفاء بالاستماع إليه، ولكن انتظر قبل أن تقول هذا حتى ينتهي كل الموجودين من أدوارهم بالحديث أولاً لتضمن سماعهم لقولك. ولكن في الوقت نفسه، قم بالرد بسرعة على كافة الأسئلة التي تطرح عليك سواء أكانت عنك أم عن الأشخاص الذين تعمل معهم أو تمثلهم. ولا يكنْ صمتك من ذهب في غرف الحوار أو الرسائل الفورية إلا عندما يكون في محله.



دخولك

إلى الشــبكة



دخولك إلى الشبكة في العمل

تماماً مثل باقي المراسلات المتعلقة بالعمل، ينبغي أن تكون المراسلات التي تتم عبر الشبكة من النوع الذي يشعر من يستلمها بالراحة والحبور. ومن أجل الوصول إلى هذه الغاية، هنالك عدة طرق تساعدك في التعامل مع كافة الحالات التي قد تصادفك على الشبكة بحرفية واتزان. نقدمها لك بالتفصيل في الصفحات القادمة:

اختبار ذاتي حول مقدراتك في الاتصال عبر الشبكة بخصوص العمل:

إليك الاختبار التالي الذي لا يقصد منه اختبار إمكانياتك في العمل وإنما لمساعدتك في تقويم مدى نجاح طريقتك بالاتصال بالزملاء والإدارة في العمل.

سيكون من السهل عليك معرفة الإجابة الصحيحة عن معظم الأسئلة، ولكن ليس الهدف من هذا الاختبار هو التوصل للإجابات الصحيحة لأنك لست في امتحان ولا في سباق مع أحد. أجب بأمانة عن كل سؤال حتى ولو كنت تشعر بأن الجواب الذي اخترته ليس أفضل الإجابات المطروحة. إن الهدف هنا هو تحديد

قدراتك الشخصية في مجال الاتصالات في العمل من أجل مساعدتك على تحسينها وتنميتها.

١. أرسلت زبونة هامة لدى الشركة رسالة مستعجلة عبر البريد الإلكتروني تحتاج لرد سريع. ولكن لسوء الحظ، ليس باستطاعتك الحصول على الجواب المناسب لحل مشكلتها قبل أربع وعشرين ساعة فماذا تفعل؟... هل:

أ- تبعث إليها إيميل تعلمها بإطلاعك على المشكلة وبأنه عليها الانتظار لمدة يوم قبل الحصول على حل لمشكلتها؟

ب- تتصل بالزبونة وتطلعها على الوضع؟

ت- ترسل لها فاكساً يؤكد إطلاعك على مشكلتها وتشرح لها سبب ضرورة الانتظار وتعطيها قائمة بالخطوات التي ستتبعها لضمان عدم تكرار حدوث هذه المشكلة ثانية؟

ث- تقوم بكل الخطوات السابقة؟

٢. أرسل لك مديرك رسالة غاضبة ينتقدك فيها بالخطأ على إحداث مشكلة في المشروع الذي تعمل فيه دون أن يكون لك يد فعلاً في هذا الأمر. ما الذي تفعله في هذه الحالة...؟

أ- ترسل له رسالة إيميل مزعجة تعلمه بمدى جهله وخطئه، مهما كانت النتائج.

ب- تعطي لنفسك الوقت الكافي حتى تهدأ، ثم تكتب له رسالة إيميل مهذبه تعلمه فيها بأسفك لحدوث تلك المشكلة وتشرح له أنك لست المسؤول لا من بعيد أو قريب عنها، ومن ثم تبدي له استعدادك التام للمشاركة في حلها إن كان هذا بإمكانك.

ت - تندفع إلى مكتب المدير لحل المشكلة بشكل سريع.

ث - تكتفي بالاتصال به هاتفياً.

٣. تضطر لتنبيه أحد معاونيك عن مشكلة وجدتها في عمله، ولكنك لا تستطيع الاتصال به إلا عن طريق الإيميل لليومين القادمين لأنك خارج المدينة. أنت منزعج نوعاً ما من تلك المشكلة... فهل:

أ - ترسل له رسالة إيميل تشعره فيها بغضبك وتشرح له ما الذي يجب عليه عمله لتصحيح الخطأ الذي قام به.

ب - تؤجل الموضوع برمته لحين عودتك إلى المكتب، حتى لو كان ذلك سيؤثر نوعاً ما على الإنتاج.

ت - تقطع رحلتك وتعود على جناح السرعة.

ث - ترسل له رسالة إيميل مهذبة تطلعه فيها على كيفية إصلاح الخطأ، وتنتظر لحين عودتك إلى المكتب لتشرح له كم كنت ممتعضاً منه لذلك الخطأ الذي ارتكبَهُ.

٤. عند الإعداد لإجراء اجتماع عبر الشبكة تكون فيه طرفاً رئيسياً محاطاً بعدد من المدراء، وتلاحظ فجأة أن الكاميرا بعيدة عنك،... ما الذي تفعله؟

أ - هل تطلب بلطف توجيه الكاميرا عليك؟

ب - هل تغير مقعدك لتصبح أقرب إلى الكاميرا؟

ت - هل تتقبل الأمر كما هو؟

ث - هل تقوم بتحريك الكاميرا غير آبه باعتراض المصور؟

٥. لديك مدير أو مساعد أو موظف يرفض استخدام البريد الإلكتروني.... فهل:

أ - ترسل له كتاباً لتعليم كتابة الإيميل.

ب - نظراً لعلمك بأنه لا يقرأ البريد، ترسل له إخطاراً بضرورة حضوره اجتماع ما أو تخبره فيه عن حادثة معينة - ثم تتأكد من عدم قيام أحد بإخباره بتلك الحادثة.

ت - تقترح عليه أن تقوم أنت بطباعة بريده.

ث - إذا كان ذلك الشخص هو مديرك، تقوم بتغيير عملك.

٦. تحضر اجتماع يتم على الشبكة لتعيين الأشخاص في مكاتب البيع البعيدة. وتلاحظ أن عدداً كبيراً من الأشخاص يتحدثون ويثرثرون بينما أنت تجيب على أحد الأسئلة، ومن ثم يتغير موضوع الاجتماع. ما الذي تفعله في هذه الحالة؟... هل:

أ - تكتب السؤال الذي تجيب عنه كي يعرف الجميع عما تتحدث. إذا كان السؤال طويلاً هل تختصره أو تكتب جزءاً منه فقط أم أنك تجعله جزءاً من إجابتك؟

ب - تقترح تقسيم عدد الحاضرين إلى مجموعات أصغر؟

ت - تبقى هادئاً وتقرأ كتاباً؟

ث - تكتب رداً سريعاً دون الاهتمام بمن سيقرؤه؟

الإجابات:

١. الإجابة الصحيحة هي (ت)، لأن الإجابات الأخرى ستجعلك تبدو وكأنك غير مهتم بالزبون، وبالتالي ستزيد من احتمال خسارتك لعملك.

٢. الإجابة الصحيحة هي (ب)، لأن الإجابات الأخرى قد تربط بينك وبين المشاكل إلى الأبد في نظر المدير. كما أن هنالك احتمال حدوث نتيجة غير مرضية بالنسبة لك إذا ما واجهته بالذهاب إليه أو بالتحدث إليه هاتفياً.

٣. الجواب الصحيح: ت. على فرض أن الموظف يتفقد الإيميل باستمرار، فإن المشكلة ستحل سريعاً مع احتمال أن يتلاشى غضبك قبل عودتك إلى المكتب.

٤. الجواب الصحيح: أ. اطلب من المصور تعديل وضع الكاميرا ولا تقم بذلك بنفسك فهذا ليس من اختصاصك. وربما إذا اغتاظ المصور منك قد لا يهتم بإظهار صورتك بشكل واضح. كما أن تغيير مقعدك لن يكون ملائماً، لأن المحرك الرئيسي للاجتماع يجب أن يكون على رأس الطاولة.

٥. الجواب الصحيح: ب. لأن هذا سيكون درساً موجعاً للشخص الذي يرفض التواصل مع غيره عبر الشبكة.

٦. الإجابة الصحيحة: أ. لا يسعك إلا إن تبذل قصارى جهدك، وإن إدراجك للسؤال عند إجابتك عليه قد يعيد الحاضرين إلى الموضوع الرئيسي للاجتماع.

ما الذي تعنيه نتائج الاختبار:

إن هذا الاختبار هو طريقة سريعة لتقويم خبرتك وسهولة تعاملك مع موضوع الاتصال عبر الشبكة في مجال العمل. ولتعرف إذا ما كنت جيداً في هذا المجال، عليك أن تكون قد أجبت على خمسة إجابات صحيحة من أصل ستة. إذا كانت إجاباتك الصحيحة أقل من ذلك، سيساعدك هذا الفصل على تحسين مستواك في هذا المجال وبصورة سريعة. قد تحتاج أيضاً لقراءة كتاب كيف تتحدث في العمل (How to Say It At Work).

كلمات يمكنك استخدامها على الشبكة في مجال العمل:

نوافق	خبير
البديل	يعتبر
مع الموافقة	حذر
توازن	بحذر
تعهد	تزايد
مفهوم	حكمة
متعاون	إطلاع
حذر	مرونة
كاف	مرن
يقوّم	تم اختياره
مرونة	ثقة
هدف	نمو
معلوم	ولاء
يتباحث	مكافأة
موضوعي	ثانوي

فرصة	خطة
منظور	أوليات

بعض المصطلحات المستخدمة في مراسلات العمل على الشبكة:

طريقة جديدة	نقطة جديدة
تحقيق الأهداف	اتطلع إلى العمل معكم
اعتبارات أخرى	تعديل الأوليات
من منظور خارجي	تجربة لا تقدر بثمن
أفضل سيناريو/حل للقضية	تحليل الأسواق
الأفضل للشركة / للفريق	مستوى جديد من المثابرة
تفكير حذر	احتمالات جديدة
ضمان النوعية	أرقام معتمدة
أتعهد تجاه الشركة	بدءاً منذ اليوم
تفكير واضح	تفكير إستراتيجي
اعتمد عليّ	فكر بالأمر جيداً
تخفيض النفقات	صعوبات في تطبيق

كلمات يستحسن تجنبها في مراسلات العمل:

خائف	مستحيل
ممل	خاسر
لا أستطيع	رخيص

أحمق	كارثة
جاهل	سوء إدارة
رفض / أرفض	غير مفيد
غير قادر	غير مستعد
غير جدير	عديم القيمة
خاسر	متعب

عبارات خاصة بالعمل يستحسن تجنبها على الشبكة:

تأخير طويل	ربما في العام القادم
خارج عن سلطتي	لا تعتمد عليَّ
ليس من شأني	لا شيء يحدث
لا تحضر الاجتماع على الشبكة	لا أحتاج إلى ملاحظاتك
لا أستحق هذا	تكنولوجيا قديمة
انا لا اقرا بريدي الإلكتروني بالمرة	متعب جداً
أقرأ بريدي الإلكتروني مرة واحدة في الأسبوع	لا تستطيع
سأستقيل إذا استقلت	أنت تتوقع الكثير
لقد سئمت هذا	تحتاج للمزيد من التدريب
تأخير غير ممكن	أنت ضعيف الخبرة في فن المحادثة
ينبغي عليك	أسلوبك ضعيف في كتابة الإيميل
إنها ليست مسؤوليتي	أسلوبك في الكتابة من الدرجة السابعة
لا شيء يحدث	لا يمكن

ما هو الاجتماع الإلكتروني/ E - Meeting:

هو اجتماع يعقد بين الموظفين والمدراء، وأحياناً العملاء، ورجال الصحافة، بالإضافة لأي شخص يستطيع دخول الكومبيوتر. ميزة هذا النوع من الاجتماعات هو أنها تعقد في غرف إلكترونية خاصة أو في غرف التشات لا في غرف الاجتماعات التقليدية، وبالتالي فإنها تسمح لأشخاص من مختلف بقاع الأرض بحضور الاجتماع دون الحاجة لبذل عناء السفر. وعن طريق هذه الوسيلة يمكن حضور مختلف الندوات الثقافية والمحاضرات العلمية والمؤتمرات العامة... الخ.

إن مثل هذا النوع من الاتصالات التي تجري في مجال العمل تحتاج لاختيار صحيح للمفردات والعبارات. وتتعقد الأمور أكثر عندما يكون الموضوع حساساً، ويكون عليك نقل رسالة ما دون جرح شعور المتلقي. ولا تنس أنك في الاجتماعات التي تتم عبر غرف المحادثة مضطر لإعطاء إجابات وردود سريعة على كل الأسئلة والتعليقات التي توجه إليك.

الوصايا العشر للاتصال عبر الشبكات في العمل:

ينبغي للاتصالات التي تجريها في مجال العمل أن:

١. تعكس مركزك في الشركة.

٢. بليغة وموجزة وسهلة القراءة ومفهومة في آن واحد.

٣. يكون طولها معقولاً، سواءً في غرف الحوار أو رسائل الإيميل.

٤. تخلو من الثرثرة والتعليقات المزعجة التي من الممكن أن تؤثر على مستقبلك المهني في الشركة.

٥. تتم في الوقت اللازم، أي أن ترد عليها في حينها دون تأجيل.

٦. تكون بعيدة عن المزاح والتهكم الذي قد يساء فهمه.

٧. تكون خالية من الأمور الشخصية الحساسة، أي على سبيل المثال لا تقوم بطرد موظف لديك عن طريق الإيميل.

٨. في حال حضور اجتماع على الشبكة Meeting-E، عليك التركيز جيداً حتى تستطيع الرد على كافة الاستفسارات والأسئلة التي توجه إليك.

٩. تكون خالية من عبارات التلاعب بالألفاظ وأيقونات المشاعر، لأن مكانها ببساطة ليس هنا.

١٠. توجه إلى الشخص أو الأشخاص المعنيين فقط.

طريقة الاتصال بالأشخاص الذين لا يجيدون فن الاتصال الإلكتروني:

على الرغم من أن الحاسوب اخترق معظم مجالات العمل. إلا أن كثيراً من الأشخاص مازالوا يخشون أو لايجيدون التعامل معه، وهم إما أولئك الأشخاص الذين لا يهتمون كثيراً بعملهم وبضرورة تطوير أنفسهم. وإما كبار السن الذين يجتنبون التعامل مع الكومبيوتر لأن سن تقاعدهم بات قريباً. أو بعض المدراء الذين مازالوا يصرون على أن تطبع لهم سكرتيراتهم البريد اللازم على رزمة أوراق.

كيف يمكننا مساعدة أولئك الأشخاص؟ إليكم بعض الاقتراحات:

- **حاولوا تفهمهم:** حاولوا اكتشاف أسباب رفضهم أو خوفهم من التعامل مع وسيلة الاتصال هذه، قد يكون لديهم أسباب مقنعة كخوفهم من أن تعيق المشاكل التي قد تعترضهم مع الحاسوب وتيرة عملهم وسير إنتاجهم. على كل حال. إن بعض الأنظمة المعقدة تساعد في عدم تشجيع أولئك الأشخاص على خوض التجربة.

- **تأكدوا من وجود عدد كاف من الحواسب:** لقد ولى عهد اشتراك قسم أو فرع كامل بجهاز كومبيوتر واحد. ولكن مع ذلك قد نسمع عن اشتراك شخصين

في استخدام الجهاز نفسه. ينبغي تأمين جهاز كومبيوتر متصل بالشبكة لكل موظف من أجل زيادة الإنتاج والمحافظة على الخصوصية.

- **حددوا موعداً نهائياً:** يجب تحديد موعد نهائي يتم بعده تبادل جميع المراسلات إلكترونياً. ومن اجل إتمام ذلك، يعطى أولئك الأشخاص دروساً عملية في كيفية التعامل مع وسيلة الاتصال الجديدة.

- **اجعلوا كافة اتصالاتكم ومراسلاتكم تتم إلكترونياً:** وبهذا سيشعر الآخرون انهم مستبعدون إذا لم يتعاملوا مع طريقة الاتصال الجديدة هذه.

أما في حال تعاملك مع احد العملاء أو مع مديرك، عليك اتّباع الطريقة التقليدية في الاتصال حتى لو اضاف هذا عبئاً جديداً عليك.

خمس خطوات لكتابة إيميل خاص بالعمل بالطريقة المثلى:

لا تختلف رسائل العمل المرسلة بالبريد الإلكتروني عن تلك المرسلة بالبريد العادي من حيث الأسلوب والصياغة، إلا أنها تختلف عنها في أمر واحد هو أن رسالة الإيميل يجب أن لا تكون محشوة بكلام زائد، لأن هذا الحشو سيضطر القارئ أو المتلقي إلى إهمالها عوضاً عن قراءتها. وينطبق هذا خاصة على الأشخاص الذين هم في موقع الإدارة والذين يتلقون مايزيد عن خمسمائة رسالة إيميل يومياً. يجب أن تكون الرسالة غير طويلة لدرجة إهمالها أو تأجيل قراءتها،وغير قصيرة جداً لدرجة تشعر القارئ بأنها غير ودية.

نقدم لك هنا خمس خطوات تساعدك على كتابة إيميل العمل على أكمل وجه:

١. **فكر جيداً إذا ما كان الإيميل هو افضل وسيلة لاتصالك:** فإذا لم يكن الأمر كذلك، اختر وسيلة أخرى كالرسالة التقليدية أو الهاتف. أما إذا كان الإيميل هو الوسيلة الأنسب، فقمْ بالخطوات المذكورة أدناه.

٢. **بعد ذكر التحية، قم بذكر فكرة رسالتك الرئيسية في السطر الأول لتلخيص** محتوى رسالتك: فإذا لم يقرأ المستلم رسالتك بأكملها، سيقرأ هذا السطر على الأقل، فإذا شدّه موضوعها سيتابع قراءتها بالتأكيد.

٣. **اكتب في نص رسالتك شرحاً لفكرتك الرئيسية:** إي ليكن نص رسالتك متعلقاً تماماً بالفكرة و لا يحيد عنها.

٤. **انتبه إلى عدم تجاوز رسالتك الطول المقبول:** إذا كان نص رسالتك يملأ الشاشة، فلابأس بهذا المقدار. ولكن بما أن استيعاب الشاشات يختلف من جهاز إلى أخر، احرص على الا يزيد نص رسالتك عن ١٠٠ كلمة.

٥. **لا تنس كتابة خاتمة:** يمكن أن تحتوي الخاتمة ملخّصاً للرسالة أو على طلب باتخاذ الإجراءات اللازمة أو على شكر...الخ. لكن طولها يجب الا يتجاوز ثلاث جمل أو أربع. يمكنك وضع خط تحت الطلب الذي تكتبه في الخاتمة للتأكيد، كما في المثال التالي:

- **أطلب منك هذا الطلب الوحيد:** *الرجاء التأكد من تجهيز المحاسب للشيكات يوم الجمعة المقبل لدفعها إلى معمل الإسمنت وإلا فإنهم لن يرسلوا لنا الكمية المتفق عليها يوم الاثنين المقبل - مما يعني تأخير البدء بالعمل عوضاً عن الإسراع به.*

بعد ذلك، قم بوضع العبارة التي تدل على توقيعك (مثال: شكراً، ساني)، وأعد قراءة رسالتك للتأكد من خلوها من الأخطاء الكتابية أو النحوية.

موضوع الخصوصية:

أقرت المحكمة العليا في الولايات المتحدة بحق الشركة أو المؤسسة التي تعمل بها بقراءة بريدك الإلكتروني كلما رغبت في ذلك. وينطبق هذا على المراسلات الصوتية عبر البريد الإلكتروني وعلى المكالمات الهاتفية أيضاً. كما يحق للشركة مراقبة ملفاتك لاستخدامها ضدك عند الاضطرار لذلك.

ما الذي يستدعي مراقبة ملفاتك أو اتصالاتك؟ هنالك عدة أسباب، من أهمها استخدام بعض الكلمات أو العبارات المشينة والخادشة، الأمر الذي يدفع بأمن النظام لإرسال نسخة عن هذا البريد أوتوماتيكياً إلى شرطة البريد الإلكتروني.

الحل الوحيد الأفضل أمامك في هذه الحالة للمحافظة على خصوصية مراسلاتك هو استخدام برنامج له شفرة خاصة، ولا تستخدم البرنامج المقدم إليك من الشركة. على كل حال، يستطيع رجال الأمن فك الرموز والشفرات المختلفة عند اللزوم.

مراسلة مديرك:

إن معظم الشركات، ومعظم المدراء، مضطرون هذه الأيام للتعامل مع البريد الإلكتروني، باستثناء الشركات الصغرى التي مازالت تتعامل مع البريد التقليدي. لذا من الضروري أن تطلع على بروتوكول أو أصول كتابة الموظف لإيميل العمل.

هنالك مبدئيا تسعة أنواع من المدراء والرؤساء والمشرفين والمسؤولين. يحتاج كل نوع منهم إلى طريقة خاصة في التعامل. هذه الأنواع هي:

١. المدير المعقول.

٢. المستبد.

٣. شديد الحرص.

٤. متصيد الأخطاء.

٥. الذي يلقي بالمسؤولية على غيره.

٦. الحالم.

٧. البطيء.

٨. البركان.

إليك هنا كيفية التعامل مع كل نموذج من المدراء.

المدير المعقول:

إنه أفضل الجميع. إنه منصف في أغلب الأحيان. ويحتفظ برباطة جأشه عند مواجهة المشاكل، وهو علاوة على ذلك مستعد للاعتراف بأخطائه. لذا من السهل أن تحب مثل هذا الشخص، بل من الممكن أن يصبح صديقاً لك مع مرور الوقت.

تأخذ المراسلات مع مثل هذه النوعية من المدراء طابعاً رسمياً في البداية، ثم تأخذ بعد فترة صيغة المراسلات البسيطة نوعاً ما إذا طالت مدة العمل مع المدير، وحفظ كل من المدير والموظف أسلوب الآخر. ينطبق هذا على المراسلات المتعلقة بنقل بعض المعلومات والتفاصيل إلى المدير وبرمجة المواعيد والاجتماعات وغيرها. أما الأمور الأكثر أهمية، فيجب أن تتم بصورة شخصية لا عن طريق الإيميل، إلا إذا كان أحدكما في رحلة عمل أو يعمل بعيداً على أرض المشروع أو ما شابهه.

المدير المستبد:

يمكن أن نجد مثل هذه الشخصيات في المنظمات والمؤسسات الكبرى، لأن معظم الإدارات العليا تخلط بين الاستبداد وحسن التدبير والتصرف. لا يمكنك سؤال مثل هذه الشخص عن أي شيء أو لفت نظره لأي أمر، لأنه يعتبر كلامه أوامر يجب تنفيذها وقراراته صائبة لا يمكن الرجوع فيها.

إذا اضطررت للعمل مع مثل هذه الشخصية، حاول أن توثق كل أمر أو طلب يأتيك منه، وتأكد من فهمك التام لذلك الطلب. وبهذه الطريقة فإنك تحمي نفسك عندما يرتكب هو أي خطأ يلفت الأنظار إليه.

إليك هنا بعض العبارات التي يمكن أن يستخدمها هذا النوع من المدراء:

١. من الأفضل لك أن...

٢. لا تجرؤ على...

٣. لقد خاب أملي بك كثيراً...

٤. عندما كنت (   ) كنت أفعل...

٥. إذا كنت لا تستطيع / لا تريد...

يحب المدراء المستبدون عادة أن يستعملوا عبارات وأكليشيهات خاصة قديمة يأخذونها من كتب الإدارة القديمة، حتى لو كانت غير ملائمة أو سخيفة أحياناً، لذا لا تستبعد سماعها.

نموذج رسالة ترسلها إلى مدير مستبد:

مرحباً سيد سعيد:

بناءً على اجتماعنا الذي تم اليوم، أود التأكد من رغبتك في إرسال عشرة طلبات من أجل تسليمها يوم الإثنين المقبل. لقد أرسلت الطلب إلى الشركة وتأكدت من وصوله. ستكون البضاعة موجودة في المخازن قبل يومين من الموعد المطلوب. إذا أردت تغيير أي شيء، أرجو إعلامي بذلك قبل يوم الغد أي قبل شحن البضاعة.

المدير شديد الحرص (البخيل):

يوجد هذا النوع من المدراء عادة في مكانين: إما في الشركات الصغيرة التي يكون فيها المدير هو صاحب العمل، لذا تجده قلقاً دائماً من ازدياد المصاريف ومن انخفاض الأرباح، وإما في الشركات الكبرى حيث تتم الموازنة بين مصادر الدخل (أنت) وبين كلفة التجهيزات والمصاريف العامة - بما فيها ثمن القهوة التي توزع على المكاتب.

من العبارات التي قد تتكرر في مراسلات مثل هذه النوعية من المدراء:

١. توفير كل قرش...

٢. لا نستطيع تحمل كلفة كذا...

٣. هل لديك فكرة عن كلفة هذا...

٤. ستصرخ مديرة الحسابات عندما ترى هذه الأرقام...

٥. تعلم انني اريد هذا تماماً كما تريده انت، ولكن...

يكون هؤلاء المدراء عادة هادئين. لأنهم يقضون معظم أوقاتهم وهم يقلبون صفحات الإنترنت بحثاً عما من شأنه توفير المزيد من القروش. لذا فإن مراسلتهم ينبغي أن تكون على الشكل التالي تقريباً:

نموذج رسالة إلى مدير حريص:

سيد سعيد: بناءً على اجتماع اليوم. بحثت عن أسعار مفاتيح ألفا الكهربائية واستطعت - بعد الاتصال بعدد من البائعين - الحصول على السعر الأنسب بالإضافة إلى عرض تشجيعي وهو أننا إذا اشترينا كمية معينة من المفاتيح ودفعنا ثمنها خلال عشرة أيام سيخفضون لنا ١٢٪ من ثمن المفتاح.

الرجاء إعلامي بضرورة اتخاذ إجراءات الشراء إذا كان هذا العرض مناسباً بأسرع وقت كي نستفيد من عرض التخفيض المقدم لنا.

متصيد الأخطاء:

هذا النوع من الأشخاص هو الذي يجعلك تشعر بعدم الرضا تجاه كل ما تقوم به. إنك لن تستطيع أبداً إرضاء مثل هذا النوع من المدراء. ولكنك على الأقل تستطيع أن تحمي نفسك منه بطريقة اتصالك به. أحسب بحذر كل الخطوات التي تقوم بها عند تعاملك معه.

يستخدم متصيد الأخطاء عادة العبارات التالية:

١. لقد تأخرنا في تسليم المشروع. أتمنّى لو كان بالإمكان فعل شيء أفضل من هذا.
٢. إليكم أليس، إنها نموذج الموظف الذي يعمل ليل نهار من أجل مصلحة الشركة. أتمنى لو يحذو الجميع حذوها.
٣. إن هذا وقت عصيب يمر على الشركة، وبدون بذل طاقاتكم القصوى قد نضطر لإغلاق بابها العام القادم. أنتم تعلمون كم أكره أن آخذ من وقتكم المخصص للأسرة والإجازة، ولكن...
٤. نستطيع القيام بهذا الأمر من دونك...

كما ذكرنا، من الصعب إرضاء هذا النوع من المدراء مهما فعلت ومهما بذلت من أجل إرضائه حتى لو قمت ببعض الأعمال الإضافية ومجاناً. لذا فإن أفضل طريقة تذكره فيها بمدى حرصك على العمل هي اتِّباعُ الأسلوب التالي في مراسلاتك معه:

نموذج رسالة موجهة إلى مدير متصيد للأخطاء:

سيد سعيد:

لقد أنهيت حسابات المشروع في فترة عطلة نهاية الأسبوع. وأنا الآن أحاول أن أقسم العمل المتبقي الذي كان على هيفاء إنجازه على باقي موظفي القسم. إذا احتجت الاتصال بي في عطلة الأسبوع القادم، يمكنك الاتصال بي على الرقم ٥٥٥١٠١٩. لن أغادر المنزل في العطلة لأنني أريد أن أنهي ما تبقّى من أعمال - حتى لو كنت أنت ستمضي عطلتك على شاطئ البحر، الرجاء ترك رقم هاتفك الخلوي في حال قررت السفر.

المدير الذي يلقي اللوم على الآخرين:

هو ذلك النوع من المدراء الذي يرفض تحمل مسؤولية أخطائه، إما بتجنب ذكرها وإما بإلقاء اللوم على الآخرين (على مدراء الأقسام الأخرى أو على الموظفين البسيطين لديه). لذا عليك أن تحمي نفسك جيداً عند العمل مع هذه النوعية من المدراء، وإلا فإنك معرض لخسارة عملك.

العبارات التي يمكن أن يستخدمها هذا المدير:

١. أعلم أنه لم يكن مشروعك. ولكني ظننت أنك ستستخدم حدسك لكشف هذه الأخطاء.

٢. إنها ليست غلطتي أنك لا تعرف ما يكفي كي يمكنك من كشف الأخطاء.

٣. لم أكن أملك أدنى فكرة عن كونك لا تستطيع...

٤. لا بد أن هنالك سياسة ما للخروج من هذه الأزمة...

من الصعب التعامل مع هذا النوع من المدراء، فإذا تلقيت اللوم منه على بعض الأشياء الصغيرة، يمكنك تجاهل الأمر. أما إذا كان ذلك سيعرض مستقبلك المهني للخطر فعليك اتخاذ ما يلزم من تدابير الحيطة، أفضل ما يمكنك عمله في هذه الحالة هو الاحتفاظ بالوثائق المتعلقة بعملك إضافة إلى الاحتفاظ بنسخ عن رسائل الإيميل التي يرسلها إليك كي تستخدمها عند الحاجة.

إذا وجدت أنه يوجه اللوم إليك على غلطة لم ترتكبها وقررت مواجهته، يجب أن يكون موقفك أو أسلوبك في المواجهة قوياً ولكن لطيفاً في الوقت نفسه. إذا اشتدت المواجهة، يستحسن أن تغادر المكان إذا أمكن أو أن تعتذر وتقترح تأجيل المواجهة لحين تهدأ النفوس.

نموذج عن رسالة موجهة إلى المدير الذي لا يحب تحمل مسؤولية الخطأ:

سيد سعيد: لقد أمضيت عطلة نهاية الأسبوع وأنا أدرس مشاكل مشروع ألفا. وقد وجدت، على عكس ما ورد في تقريرك، أنني قد قمت بالإجراءات الصحيحة اللازمة بناءً على التجربة التي أملكها. إنني أرغب، من أجل عملنا في المشروع المقبل، أن أعمل معك عن قرب أكثر كي أستفيد من خبراتك.

المدير الحالم:

إنه الشخص الذي كانت لديه رؤية خاصة من أجل الشركة، ولكنه فشل في تنفيذ هذه الرؤية بطريقة أو بأخرى. قد تحمل رسائل هذا النوع من المدراء العبارات التالي:

١. فكرتهم العظيمة الأخرى.

٢. الصورة الضخمة من وجهة نظرهم.

٣. يجب اعتماد أساليب جديدة في الإدارة.

٤. تقديم دراسات أولية عن أي مشروع.

في حال عملك مع مثل هذه الشخصية، عليك القيام بالأعمال التي يتوجب عليك القيام بها. لأن المدير الحالم يعتقد أن الوقت مازال كافياً لإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث من أجل الوصول إلى أفكار جديدة.

نموذج رسالة موجهة إلى مدير حالم:

السيد سعيد: أظن أن فكرتك الجديدة المتعلقة بمشروع ألفا فكرة رائعة. للأسف فإن برنامج عملي اليومي مليء بالأعمال الهامة التي يتوجب علي إنجازها. لذا أعتقد أنه من الأفضل البحث عن شخص متفرغ يستطيع تنفيذ هذه الفكرة بالشكل الأفضل.

المدير البطيء:

هنالك نموذجان من هذه النوعية من المدراء. النموذج الأول يمثل المدراء الذين يعوزهم الذكاء الكافي، والنموذج الثاني يمثل المدراء الذين لا يستطيعون الإشراف والسيطرة على سير العمل بسبب نقص الخبرة الكافية لديهم أو بسبب كسلهم. ليس من الصعب التعامل مع كلا النموذجين. وتستطيع التعرف إلى مثل أولئك الأشخاص من خلال العبارات التالية التي قد يستخدمونهَا في مراسلاتهم عبر البريد الإلكتروني:

١. عمل رائع! يمكنك المتابعة (قد تصدر هذه العبارة عن شخص لا يعرف بالضبط ما العمل الذي تقوم به وكيف تقوم به).

٢. اشرح لي ثانية لمَ نحتاج لهذا.

٣. ألق نظرة على مشروع ألفا ثم أعطني تقريراً مفصلاً عنه.

٤. عليكم تنفيذ هذا العمل وحدكم دون الرجوع إليَّ.

إن أفضل طريقة للتعامل مع مثل هذا المدير هي أن تقوم بعملك دون الرجوع إليه. والتعليم هو مفتاح النجاح في مثل هذه الحالة، علّم مديرك أو بالأحرى دربه على طريقة العمل التي تتبعها أو على أن يبقى بعيداً عن طريقك على الأقل.

نموذج رسالة إيميل موجهة إلى مدير بطيء التصرف:

السيد سعيد: كما تعلم، لقد اقترب موعد تقديم الموازنة الفصلية إلى المساهمين. إن مسؤولية إعداد الدراسة والمخططات اللازمة بالإضافة إلى أعمال الطباعة تقع على عاتق قسمنا، ونحن جميعاً مستعدون للبدء بالعمل. كل ما نحتاج إليه لبدء العمل هو أن تحصل لنا على الأرقام النهائية للموازنة من قسم الشؤون المالية قبل ١٢ حزيران، وسنتكفل نحن بالباقي.

المدير الثائر كالبركان:

إن هذا النوع من المدراء هو أسوؤهم على الأغلب. وهو يشترك مع المدير اللوام بأنه يعترض على كل شيء تقريباً ويلوم كل ما يقوم به الآخرون تقريباً، إلا أن طريقتهم في التعبير تكاد تكون مدمرة، لذا يتعلم من يعمل معهم تجنبهم لتفادي الدخول في مواجهة معهم.

يعتمد أسلوب هذا النوع من المدراء في كتابة رسائلهم على العبارات الآتية:

١. في كل الأيام التي مرت عليّ كمدير، لم أشاهد مثل هذا!...

٢. إن هذا كلام تافه...

٣. لا تدعني أرى وجهك ثانية هنا حتى تقوم...

٤. أنت أحمق جداً، لا أعرف من عيّنك في هذه الوظيفة.

٥. ما الذي يكلفه سير العمل بالطريقة الصحيحة هنا؟

إن الإيميل هو الوسيلة الأمثل للتعامل مع هذا المدير، لأنه يبعدك عن الاحتكاك به وجهاً لوجه ويجنبك التعرض لنوبات غضبه. وعند الأزمات، تجاهل غضبه وقدم له اقتراحاتك بشأن حل مشاكل العمل عبر الإيميل، ولا تتورط بالدخول معه في أي نقاش مباشر لأنك ستكون انت الخاسر حتماً.

نموذج عن رسالة موجهة إلى مدير كالبركان:

سيد سعيد: لقد نظرت في المشكلة التي عرضتها صباح اليوم ووجدت طريقة لتسريع العمل في مشروع ألفا. في الحقيقة ما سأعرضه فيه بعض المخاطرة ولكننا مضطرون لهذا نظراً لضيق الوقت ولمعرفتي بمدى أهمية إنهاء المشروع في الوقت المحدد. إليك اقتراحاتي مرفقة بجدول معدل لسير العمل...

مراسلة نظرائك في الخبرة:

إن الاتصال بمثل هؤلاء الأشخاص أسهل بكثير من الاتصال بقليلي الخبرة في هذا المجال. ويصنف هؤلاء الأشخاص إلى زمر:

- الأشخاص الذين تعرفهم وتعمل معهم يومياً تقريباً.
- الأشخاص الذين تعرفهم ولكنك لا تعمل معهم عن قرب.
- الأشخاص الذين تعرفهم بالاسم فقط.

وهنا أيضاً عليك الفصل بين أشخاص الزمر المذكورة أعلاه وفقاً لطريقتهم بالتعامل مع غيرهم:

- أشخاص من السهل التعامل معهم.
- أشخاص يصعب التعامل معهم.
- أشخاص ضعيفي الخبرة وغير منتجين.

٣ اختبر الماء قبل أن تقفز فيها:

عندما تستلم عملاً في مؤسسة ما، عليك أن تبقي اتصالاتك عبر الإيميل بباقي الموظفين رسمية نوعاً ما ولكن ودودة في الوقت نفسه، إلى أن تتعرف جيداً عليهم. واتبع الأسلوب نفسه في الاجتماعات التي تتم عبر الشبكة. وانتبه لعرض كل الملاحظات التي لديك على شكل اقتراحات لا على شكل انتقادات.

الأشخاص الذين تعرفهم وتعمل معهم بشكل يومي تقريباً:

ليس من الضروري أن يكون هؤلاء الأشخاص يعملون في مكتبك نفسه، إذ من الممكن أن يكون عملك معهم يتم عبر الهاتف أو عبر البريد الإلكتروني. إليك أدناه نماذج عن رسائل تكتبها لمثل أولئك الأشخاص وفق ما يتناسب مع طبيعة كل منهم:

١. **الأشخاص الذين يسهل التعامل معهم:** وهم الأشخاص الذين ترتاح بالعمل معهم بسبب جو المرح والمزاح الذي ينشأ بينكم حتى أثناء حل مشاكل العمل، ولأنك تستطيع الاعتماد عليهم عند الأزمات. تكون رسالة الإيميل التي تكتبها لمثل هؤلاء الأشخاص غير رسمية، كما لو أنك ترسلها إلى أصدقائك كما في النموذج التالي:

هيي ساني:

أين الجداول التي وعدت بتسليمي إياها بالأمس؟ لا تخبرني بأنك قد اختفيت مجدداً، أحضرها حالاً وإلا فإنك تعلم ما الذي يمكن أن أفعله. ما رأيك أن نتناول طعام الغداء الساعة ١١.٣٠ في مطعم مورفي؟

جون

إن مثل هذه الرسالة تدل على نوع من الألفة ورفع الكلفة بين المرسل والمرسل إليه، ومن الممكن أن يستخدما تعابيراً واختصارات لا يفهمها أحد غيرهما عند قراءته للرسالة.

٢. **أشخاص يصعب التعامل معهم:** وهم الموظفون القريبون منك في محيط العمل ولكنهم يحيلون حياتك إلى جحيم عند التعامل معهم. إن أفضل أسلوب للتعامل معهم هو الأسلوب الرسمي. قم بشرح كل ما تريده بالتفصيل كي لا يأخذوا على رسالتك أي مأخذ، وبهذا فإنك تحمي نفسك عند حدوث خطأ ما.

تستطيع (بل يجب عليك) أن تحسن علاقتك بمثل هؤلاء الأشخاص، ولكن إن وجدت أن هذا مستحيل، تقيّد عند مراسلتهم بأسلوب هذه الرسالة:

سيد ساني:

أود الاستعلام عن جداول ومخططات تجهيزات مشروع فوربين التي وافقت على تزويدي بها بالأمس. الرجاء إرسال تلك الجداول عن طريق الإيميل. إذا كانت لديك أية مشكلة بخصوص التجهيزات أو تحتاج لأية معلومات إضافية لإتمام الجداول، الرجاء إعلامي، إنني مضطر لتقديمها صباح الغد إلى مجلس الإدارة، لذا فإنني بحاجة للحصول عليها اليوم لتحضير ما سأقوله في الغد.

أعلم بأنك ستشعر بنوع من الضغط من أجل إتمامها بسرعة، لذا أستطيع أن أطلب من سكرتيرتي مساعدتك إذا احتجت لهذا.

أشكرك ثانية على مساعدتك لي في هذه المهمة - جون كيلر. (رمز البريد الإلكتروني)

تعكس هذه الرسالة كما نرى نوعاً من التودد والدبلوماسية من المرسل إلى المرسل إليه لكن دون رفع الكلفة.

٣. **الأشخاص ضعيفو الخبرة والإنتاج:** من الممكن أن تجد مثل هؤلاء الأشخاص في الشركة التي تعمل بها، ولكن ما قد يعقد أسلوب التعامل معهم هو أنهم لطيفون وبسيطون بطبيعتهم. إن أفضل طريقة للتعامل معهم تكون بتشجيعهم والأخذ بيدهم خطوة بخطوة.

هاي ساني:

أنا مضطر لتحويل العمل على مشروع فوربين إليك. إننا غارقون هنا، وأنا بحاجة لمساعدتك. إليك ما أود منك القيام به: أريد منك الحصول على رخصة من

الممثل العسكري بمراجعة الطبعة الزرقاء (الرسم الميكانيكي) للقسم ب. يمكنك الاتصال به على الرقم ٥٦٤٥٥٥١٩٢٣. عليه فقط أن يطلع على المخططات ويعطي موافقته على التصميم. لقد أرسلت له نسخة ، ولكننا نريد توقيعه على النسخة الأصلية. تذكر أننا نريد الحصول على توقيعه قبل يوم الجمعة القادم. إذا واجهتك أية صعوبات اتصل بي على الفور! منزل:٥٥٥٩٨٩٥. خلوي:٥٥٥٨٩٦٥. اعتمادي عليك كبير في هذا!

جون... (رمز البريد الإلكتروني)

في هذه الرسالة شرح المرسل المهمة التي على المرسل إليه القيام بها بالتفصيل خطوة بخطوة. ودعم رسالته بعدد من أرقام الهواتف كي يستطيع المرسل إليه الرجوع إليها حتى لا يرتكب أي خطأ. اي أن المرسل يوجه الموظف المتدرب دون لفت نظره كي لا يثير حساسيته. لأن ذلك الموظف وإن كان ضعيف الخبرة إلا أنه ليس أحمقَ.

الأشخاص الذين تعرفهم ولكنك لا تتعامل معهم عن قرب:

١. **الأشخاص الذين يسهل التعامل معهم:** يمكنك عمل صداقات رائعة مع بعض الزملاء الذين لاتلتقي بهم ولكنك تتصل بهم يومياً بخصوص العمل عبر البريد الإلكتروني. من الممكن أن يجعلك الإيميل تطير وتتحدث مع أشخاص بعيدين عنك وأنت لا تزال في غرفتك.

نموذج عن رسالة إيميل إلى شخص لا تعرفه معرفة شخصية:

هاي ساني:

أنا بحاجة لاستلام الشرائط الشفافة يوم الغد. لن يأخذ منك الأمر أكثر من دقائق لإنتاج الشرائط. وقد أرفقت مع هذا الإيميل ملحقاً بطريقة إنتاجه في حال نسيت الطريقة.

ارجو أن نتمكن من تناول طعام الغداء معاً عندما تأتي في المرة القادمة إلى المقر الرئيسي للشركة. لقد اكتشفت مطعماً رائعاً يقدم السوتشي!

جون

تشبه هذه الرسالة في الأسلوب سابقتها المتبادلة بين أشخاص يعملون معاً عن قرب، إلا أنها تزيد عنها في ذكر بعض التفاصيل الضرورية لسير العمل بالشكل الصحيح طالما أن المرسل إليه ليس قريباً من المرسل كي يسأله عن تلك التفاصيل إن احتاج إليها.

٢. **الأشخاص الذين يصعب التعامل معهم:** إن هذه النوعية من الأشخاص تحتاج لمعاملة خاصة. إذا كان عليك التعامل معهم في مشروع حساس، يفضل أن تقدم إليهم خطة العمل ومن ثم تعمل معهم يداً بيد، حيث يكون الإيميل أقل فائدة في هذه الحالة.

أما فيما يتعلق بالنشاطات والمشاريع الأقل أهمية، إليك صيغة الأسلوب الذي يمكنك التعامل معهم من خلاله:

سيد ساني:

أشكرك سلفاً على إنهاء الجداول التي نحتاج إليها. أتأمل استلامها غداً على فرض قيامك بإرسالها عبر البريد السريع. إن هذا سيعطيني الوقت الكافي لتحضير ما سأقوله في اجتماع الساعة الرابعة من يوم الغد. إذا كان لديك أية أسئلة، يمكنك الاتصال بي أو إرسال إيميل.

شكراً مرة ثانية.

جون

إن هذه الرسالة تغطي النقاط التالية:

- تعلم المرسل إليه أن الجداول هامة جداً بالنسبة للعمل وأنك بانتظار تسلمها.
- تشكر المتلقي سلفاً مما يجعل من الصعب عليه عدم القيام بالمهمة المطلوبة منه.
- إذا تقاعس المتلقي عن أداء المهمة الموكلة إليه، فإنك تكون بهذا الإيميل قد قمت بعمل اللازم لحثه على إتمام عمله، وبالتالي تكون قد رفعت عنك المسؤولية في حال عدم وصول الجداول.

٣. **الأشخاص قليلو الخبرة:** إن أفضل طريقة للتعامل مع هؤلاء الأشخاص هي الجمع بين رسائل الإيميل والمكالمات الهاتفية لتتأكد من سير العمل على الوجه الصحيح. يمكنك تقديم اقتراح لشخص من هذا النوع، بأن يقوم، قبل إتمام عمل ٢٠٠ جدول، بإرسال نموذج عن الجداول لتعرضه على اللجنة المسؤولة لتقر العمل، حتى لو كانت هذه اللجنة هي أنت فقط.

الأشخاص الذين تعرفهم بالاسم فقط:

بما أنك لا تعرف هؤلاء الأشخاص، لا يمكنك افتراض طريقة الاتصال المثلى بهم. على كل حال، إذا اضطررت للاتّصال بشخص من هذه النوعية بشأن أمر حساس، قم ببعض الاستفسارات عنه - قبل الاتصال به عبر البريد الإلكتروني - من مركز المعلومات الخاص بالشركة ومن التقارير السنوية أو من خلال بعض المعارف.

إن أفضل طريقة للاتصال بهذا الشخص تبدأ عن طريق الهاتف، حيث تقدم له نفسك وتطلب منه المساعدة التي تحتاجها منه. بعد ذلك، يمكنك الاتصال به عن طريق البريد الإلكتروني من أجل المزيد من التفاصيل المتعلقة بإنجاز العمل.

مراسلة مساعديك ومن يعملون لديك:

إن مراسلة مرؤوسيك قد يكون بنفس درجة حساسية مراسلة رؤسائك غير المضطلعين بتكنولوجيا الكومبيوتر والاتصال عبر الشبكات. لماذا؟ إن معظم الموظفين

في هذه الأيام يحـاولون أن يقـرؤوا مـا بين السطـور. لتجنب هـذه المشكلة تحـتـاج لأن تضع في اعتبارك أربع نقاط:

١. عليك قبل كل شيء أن تقـرر هنا أيضاً إذا مـا كان الاتصـال بهم عن طريق البـريد الإلكتروني هو أفضل وسيلة للاتصال.

٢. أكتب مسودة لرسالتك على الشبكة.

٣. فكر في الشـخص الذي سـترسل إليه الرسالة. كيف سيسـتقبلها ومـا هـي أفضل طريقة للتعامل معه.

٤. أعد قراءة المسودة وقم بالتعديلات اللازمة عليها إذا لزم الأمر.

كيف تعزز علاقتك بمرؤوسيك:

في علاقتك مع مرؤوسك، ليس هناك أهم من جعله يشعر باحترامك له وبتميزه بالنسبة لك. إن مثل هذا الشعور يعطي نتائجَ إيجابية من عدة نواحي:

أ - يخلق جواً من الألفة والصداقة.

ب - يعطي نتائجَ أفضل في العمل.

نماذج عن رسائل إيميل مرسلة إلى مستخدمين:

كـمـا أن هـناك عـدة نمـاذج من المدراء، كـذلك فـإنه يوجـد عـدة نمـاذج من المستخدمين أيضاً. لذا ينبغي أن تناسب رسـالة الإيميل التي تكتبها الشخص المرسلة إليه. إليك فيما يلي عدة نماذج عن رسائل إيميل مرسلة إلى أشخاص مختلفين.

١. إيميل مرسل إلى مستخدِم سهل التعامل مع الآخرين:

هـاي تومي: لقد تـأخر هـذا المشروع كمـا تعلم. هل لديك أية اقتـراحات من الممكن أن تفيدنا في إنهاء التنفيذ في الموعد المحـدد؟ أنت تعلم أن مستقبلي في خطر. وأنت أفضل شخص يمكنني الاعتماد عليه لتجاوز هذه المشكلة.

٢. إيميل مرسل إلى مرؤوس سريع الانفعال:

مرحباً تومي: لقد تأخر المشروع كما تعلم. إننا نعلم أنك لست المسؤول عن هذا. لقد بذلت ما بوسعك لمصلحة سير العمل. لكنني الآن احتاج منك أن تفكر ملياً وترى إن كان بوسعك ابتكار حل يجعل بمقدورنا تنفيذ المشروع وفق الجدول الزمني المخطط له. إننا نعتمد عليك لإخراجنا من هذا المأزق الصعب.

٣. إيميل مرسل إلى مستخدم غير كفء:

مرحباً تومي: إننا سنتأخر في تنفيذ المشروع علي أن افعل شيئاً حيال هذا الأمر. إنني سأستعين بشخصين آخرين. وهذا ليس بسببك - لمساعدتنا في العمل. أرجو منك مساعدتهما في الحصول على المعلومات اللازمة لهما. على كل حال، أنت الخبير في هذا المشروع، ونحن نستعين بعدد إضافي من العمال لنستفيد من خبراتك ومن جهودهم كي تنجز العمل في حينه.

٤. إيميل مرسل إلى المستخدم الأفضل:

مرحباً تومي: لقد قمت بعمل رائع من أجل المشروع حتى الآن. ولكننا مضطرون لاستخدام عدد إضافي من العمال لتسهيل عملك. أرجو منك أن ترحب بمايكل وتينا - اللذين سيعملان على مساعدتك لإنجاز المشروع في حينه.

ورشة البريد الإلكتروني:

إن كتابة رسالة الإيميل بشكل متمكن تحتاج للممارسة. نعرض لكم هنا الخطوات التي ينبغي عليكم إتباعها للوصول إلى هذه النتيجة:

١. قرر إلى من تريد أن ترسل الرسالة الأصلية وإلى من تريد أن ترسل نسخة عنها.

٢. ضع عنواناً مناسباً لموضوع رسالتك.

٣. إذا كان موضوع الإيميل عاجلاً، يمكنك وضع كلمة «عاجل» في أعلى الإيميل إذا كان البرنامج الذي تستخدمه لديه هذه الميزة.

٤. أكتب جملة واحدة تختصر محتوى رسالتك، كما في المثال التالي:

سيتأخر تسليم مشروع أوميغا لأسبوعين. ما الذي يمكننا فعله لتفادي هذا التأخير؟

إذا كان لديك أكثر من فكرة تكتبها في الرسالة، يستحسن أن تكتب الفكرة الثانية في إيميل آخر.

٥. أكتب نص رسالتك بحيث يتوافق مع الفكرة الرئيسية التي كتبتها في سطر الموضوع. وحاول أن لا يزيد طول رسالتك عن مقدار شاشتين، كي يتمكَّنَ المتلقي من قراءتها.

٦. ضع جملة أو جملتين كخاتمة للرسالة، تذكر فيها غالباً ما الإجراء الذي تود أن يتم اتخاذه.

٧. اكتب اسمك ثم أرسل الرسالة، ولا تنس أن تحتفظ بنسخة لنفسك دائماً.

الوثائق الطويلة:

يستحسن أن ترسل الوثائق التي يزيد طولها عن ١٠٠٠ كلمة على شكل ملحقات، بهذه الطريقة تهيِّىء رسالة الإيميل القارئ لفكرة هذه الملحقات، حيث يمكنه طبعها لقراءتها عندما يجد الوقت المناسب. يمكن لبرنامج Adobe's PDF أن يساعدك في هذا المجال، وكذلك برنامج ميكروسوفت وورد.

أساليب الاتصال حسب كل ظرف:

في الشركات الصغيرة، حيث الجميع يعرفون بعضهم البعض، تكون نبرة رسالة الإيميل شخصية نوعاً ما. أما في الشركات الكبيرة التي تضم مئات وأحياناً آلاف

الموظفين، تتفاوت نبرة الرسائل بين الرسمية أو الودية أو الشخصية،...الخ، حسب العلاقة بين المرسل والمرسل إليه.

إليكم هنا الأسلوب الأفضل الذي يناسب كل ظرف:

الأسلوب الرسمي:

عند اتصالك بمدير أحد الأقسام الأخرى، الذي - بالكاد- تعرفه، يستحسن أن تتبنى نبرة رسمية في رسالتك. وتفيد هذه النبرة أيضاً عند نقل الأنباء السيئة. تغطي الصيغة الرسمية النقاط التالية:

- تنقل المعلومات والاقتراحات والمعطيات فقط.
- تتجنب الأمور غير الرسمية ورفع الكلفة، لأن المتلقي قد لا يستسيغ هذا الأسلوب.
- لها صيغة الرسالة التقليدية تقريباً نفسها فيما يتعلق بالتحية، مع ذكر التاريخ.

نموذج رسالة مكتوبة بالصيغة الرسمية:

To: CNMolnarhd@aol.com

Subject: The Omega Code

2003.May 29

عزيزي السيد توم:

اسمح لي بأن أقدم نفسي إليك أولاً، أنا ساني بيكر، مهندس أدير تنفيذ مشروع أوميغا. أنا بحاجة لمساعدة فرعكم في عملي بخصوص الإشراف على مراقبة الجودة بالنسبة للتجهيزات التي ستسلم إلى الموقع في الأول من تشرين الثاني. لقد حددت، أنا ومجموعة عملي، الإجراءات الأولية الهامة ونحن بحاجة لمساعدة مجموعتك لنا لتنفيذ هذه الإجراءات. تحدثت مع مديرتي، السيدة ليزا

بيكر، فطلبت مني ترتيب موعد معكم لمناقشة هذا الأمر، الرجاء الاتصال بي لتحديد الوقت الذي يناسبكم. سأرسل لكم المعلومات والتفاصيل المتعلقة بالمشروع عن طريق البريد العادي للإطلاع.

المخلص،

ساني بيكر

رئيس المهندسين

مشروع أوميغا - هاتف: ٥٥٥٧٣٧٨

الأسلوب غير الرسمي:

يستخدم هذا الأسلوب مع الأشخاص الذين تتعامل معهم بالاسم الأول. وهنا يجب أن يكون المتلقي على معرفة بك وان يكون متقبلاً أسلوبك هذا. تستطيع أيضاً استخدام هذا الأسلوب مع مديرك المباشر إذا كانت هناك بينكما علاقة عمل ودية. في هذه الصيغة، لست بحاجة لذكر معلومات تفصيلية، لأن الشخص الذي تراسله يعرف على الأغلب الموضوع الذي تتحدث عنه.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب غير رسمي:

To: CNMnarphd@aol.com

Subject: QC Procs on PO ?

هاي تشارلي:

اتمنى أن تكون رحلة الصيد التي قمت بها إلى بحيرة الجبل الأبيض موفقة، وأن تكون قد اصطدت لنا بضعة سمكات كبيرات.

أود إخبارك أن مشروع أوميغا قد اقترب من مرحلة الإنتاج وحان الوقت لنتكلم عن إجراءات مراقبة الجودة التي علينا اتخاذها منذ الآن. لقد أرسلت لك (عبر

بريد الشركة العادي) إجراءات مراقبة الجودة الأولية التي اتفقت عليها مجموعتنا في اجتماع الأسبوع الماضي.أرجو منك إعلامي عن موعد عودتك. بالمناسبة. أنا لست مرتبطا بأية مواعيد في الأسبوع المقبل، ما رأيك بتناول طعام الغداء معي يوم الأربعاء؟

الأسلوب الذي يتحلى بالروح الجماعية:

استخدم هذا الأسلوب لإقناع الآخرين بما تقوله بطريقة ودية أو للتقرب من زملاء العمل. ينجح هذا الأسلوب تماماً مع الأشخاص الذين يتحلون بالروح نفسها. ولكن انتبه لعدم استخدامه مع الأشخاص المعروفين بالبرود والجفاء. إذا كنت لا تعرف شيئاً عن شخصية متلقي رسالتك، لا تجازف باستخدام هذا الأسلوب لأنه لا يخلو من المخاطرة.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب روح الفريق:

To: CNMolnarphd@aol.com

Subject: Project Omega & QC Procedures

الموضوع: مشروع أوميغا وإجراءات مراقبة الجودة

سيد تشارلز:

أنا ساني بيكر، كبير المهندسين في مشروع أوميغا. لقد شارف المشروع على الانتهاء، وأعتقد أن الوقت قد حان للبدء بإجراءات مراقبة جودة الإنتاج التي هي بالطبع من مهام فرعكم. إن مجموعتي ترحب بالعمل مع فريق عملكم من أجل تنفيذ الإجراءات المطلوبة. لقد أرسلت لكم عبر بريد الشركة العادي اقتراحات مجموعتي بهذا الشأن. أرجو تحديد اجتماع بأسرع وقت ممكن لتبادل الآراء حول هذا الموضوع. قد يكون مشروع أوميغا من أكبر المشاريع التي نفذتها الشركة حتى الآن، لذا نحن بحاجة لمساعدتكم.

ساني بيكر

هاتف: ٥٥٥٧٢٣٧٨

الأسلوب الدفاعي:

يمكنك استخدام هذا الأسلوب عندما تناقش نقطة ما أو تجيب على رسالة سلبية نوعاً ما أو عندما تريد وضع الأمور في نصابها مباشرة. بهذا الأسلوب يمكنك توضيح القضية موضوع النقاش دون استخدام ردود عنيفة أو غاضبة. يمكن أن تكون صيغة هذا الأسلوب غير رسمية وبسيطة اعتماداً على مدى معرفتك بالشخص الذي تراسله. لأن اعتماد الأسلوب الرسمي قد يدل على شيء من الغضب أو العنف، حتى لو كنت تعرف المرسل إليه معرفة جيدة. لذا عليك ألا تنسى هذا الأمر عند إرسال رسالة بهذه الصيغة.

نموذج رسالة مكتوبة بأسلوب دفاعي:

To: CNMolnarphd@aol.com

Subject: Project Omega Issues

سيد تشارلز: استلمت رسالتك بخصوص مشاركة فريقكم في مشروع أوميغا. أود أن أقترح عليكم ابتداء العمل في أقرب وقت ممكن لكم قبل اقتراب شهر تشرين الثاني. وإليكم الأسباب الموجبة لهذا الطلب:

١. إذا بدأتم العمل في شهر تشرين الأول، لن يعطينا هذا الوقت الكافي لتعيين الأشخاص اللازمين للعمل والإجراءات اللازمة في هذا الخصوص في شهر تشرين الثاني.

٢. قد تقترح مجموعتكم إجراء بعض التعديلات وبهذا لن يكون لدينا الوقت الكافي لتنفيذها.

٣. إن مشروع أوميغا يعتبر في مقدمة مشاريع الشركة ومن المتوقع أن يعطي دخلاً جيداً في العام القادم. لذلك لا نريد أن نتعرض لأي تأخير من شأنه إعاقة الإنتاج.

الرجاء إعلامنا بقراركم و بخطتكم من أجل دراسة إجراءات مراقبة الجودة.

ساني بيكر - كبير مهندسي مشروع أوميغا. هاتف: ٥٥٥٣٧٣٨

أسلوب رسائل تعميم أو نشر الأنباء:

يعتمد هذا الأسلوب عادة في الرسائل التي ترسل إلى عدد كبير من الأشخاص. أو إلى قسم أو فرع أو حتى إلى موظفي الشركة كلهم. ويستعمل في الرسائل التي يجب أن تنقل معلومات بأسرع وقت ممكن. يكون أسلوب هذا النوع من الرسائل غير شخصي بل يتميز بالتعميم أكثر من الرسائل المرسلة من شخص إلى شخص.

يمكن أن يستخدم هذا الأسلوب لنقل الأخبار السيئة أحياناً، ولنقل التهاني أحياناً - كتهنئة شركة ما على عمل انجزته بنجاح، وكذلك لنقل المعلومات الهامة والأوامر الإدارية بأسرع ما يمكن.

نموذج رسالة لتعميم خبر (أمر إداري):

إلى: كل الموظفين

الموضوع: تعليمات هامة بخصوص الميزانية

كما تعلمون جميعاً، كان دخل وأرباح الربع الأخير من الموازنة أقل بكثير من الربع الذي سبقه. ويمكنك تخيل مدى قلقنا، أنا وكل المساهمين، من هذا التراجع. لذلك نحن مضطرون لضغط المصاريف والنفقات إبتداءً من تاريخ اليوم. وبناءً عليه، فإن أي مبلغ سيصرف يزيد عن ١٠٠ دولار يحتاج لتوقيع نائب المدير لصرفه، وأي مبلغ يزيد عن ألف دولار يحتاج لتوقيعي ويجب أن يرفق بطلب يبين سبب صرف المبلغ. أما المصاريف الجارية كصيانة البناء و مياه الشرب فهي مستثناة من هذا القرار.

أشكر لكم اهتمامكم.

ساني بيكر

مؤسسة بيكر وشركاه.

إن هذه الرسالة ليست موجهة إلى شخص بعينه، وإنما إلى جميع العاملين في الشركة من المدير العام. يمكن في هذه الحالة، أن يرسل المدير رسالة منفصلة إلى نائبه تأكيداً على أهمية الأمر وعلى المهمة الجديدة الموكلة إليه.

على أي حال، يجب ألا يزيد استخدام هذا النوع من الرسائل عن حده وإلا فإن المتلقي سيبدأ بإهمالها شيئاً فشيئاً.

رسائل الإيميل شديدة اللهجة (النارية):

عاجلاً أم آجلاً سيتلقى أحدهم رسالة كريهة من النوع الناري ذات العيار الثقيل في مجال العمل، ويسمّى هذا النوع من الرسائل الرسائل النارية عبر البريد الإلكتروني flame mail. وبالطبع فإن هذه الرسائل تحمل في طيها عبارات مزعجة وقاسية بل ومؤلمة أحياناً. ولكن تذكر، أنّ هذه الرسائل يكتبها المرسل عادة في حالة الغضب الشديد. لذا من الضروري جداً ألا تردَّ عليها بالأسلوب نفسه، بل يفضل أن تنتظر حتى تهدأ الأمور وعندها تستطيع تقويم الأمر بروية وهدوء دون انفعال.

عندما تتلقى رسالة نارية، اسأل نفسك الأسئلة التالية:

- ما الذي يقصده المدير فعلاً برسالته هذه؟ هل هذا الشخص محق في غضبه أم أنه قد بالغ في الأمر؟ هل هذا الشخص غاضب منك أنت فعلاً أم أنه تصادف وجودك في المكان الخطأ في الوقت الخطأ أيضاً؟
- لماذا أرسل المرسل هذه الرسالة؟ ماهو الداعي لإرسال هذه الرسالة بهذا الأسلوب؟ هل الشخص المرسل هو شخص حاد بطبعه أو محب لإثارة المشاكل أم انه على حق فعلاً بسبب خطأ ارتكبته؟
- هل أنت ضحية رسالة مبعوثة إلى عدة أشخاص؟ إذا كان الإيميل مرسلاً إلى عدة أطراف فهل أنت حقاً مقصود به أم لأن اسمك موجود على لائحة المرسل إليهم؟

بعد أن تسأل نفسك هذه الأسئلة، يمكنك أن تقرر ما الذي عليك فعله. وهنا أمامك عدة خيارات:

- تكتب رسالة رد بأسلوب هادئ توضح فيها المسألة للمرسل إن كان على خطأ .
- تعتذر عن المشكلة التي تسببت بها أو كنت طرفاً فيها .
- تستشير المشرف على عملك من أجل أن تمر هذه المشكلة بسلام.
- تطلب عقد اجتماع أو مقابلة شخصية مع المدير لتوضح له الأمر .
- ترسل نسخة عن الإيميل إلى مرسله مع ملاحظة تذكّره فيها بآداب الاتصال عبر الشبكة.

نموذج عن رسالة شديدة اللهجة:

إلى: تشارلز ماير

الموضوع: حماقتك!!!

لا أستطيع أن أصدق أنك أفسدت الحسابات ثانية. لقد عملت مع أولئك الأشخاص لمدة أربع سنوات ولم ينزعجوا مني لمرة واحدة. وأنت بمجرد عملك في الحسابات لأسبوع واحد فقط. أفسدت الأمر كله. فقد انزعجوا كثيراً ويفكرون بالتعامل مع بائع آخر . ما الذي دهاك؟ هل أنت أحمق كما يبدو أم أنك تعمل على هذه الشاكلة؟ أنا مشمئز من العمل معك ثانية وأنصحك بأن تهيئ أوراق خبرتك وأوراق العمل الخاصة بك لأنك ستحتاجها قريباً في البحث عن عمل جديد .

ساني

إليكم هنا نماذج عن رسائل للرد على المرسل:

- الرد بهدوء لإفهام المرسل أنك لست المسؤول وأنه قد أخطأ باتهامه لك:

سيد ساني:

أقر أن غضبك الذي صببته عليّ في رسالتك قد أزعجني للغاية. أولاً، أريدك أن تعلم أنه على الرغم من كوني فرداً من فريق الحسابات. إلا أن مسؤوليتي تبقى

محدودة وداخلية التأثير لأنني لست المسؤول الأول عن القسم. أنا مدرك لحجم المشكلة التي ذكرتها، لكنني لم أكن المتسبب بها ولم يكن باستطاعتي تحسين الأمر لتفاديها وفقاً لمركزي في الشركة. لقد اقترحت على توم، المسؤول عن قسم الحسابات، تحديد موعد لعقد اجتماع معك يحضره كل العاملين في قسم الحسابات لحل هذه المشكلة وتصحيح الحسابات. لذا فإنه سيتصل بك في هذا الخصوص. أراك في الاجتماع.

تشارلز.

يستحسن أن ترفق نسخة عن الرسالة النارية التي أرسلها المدير لتشعره بمدى قسوة وفظاظة أسلوبه فيها.

- رسالة اعتذار عن المشكلة التي تسببت أو كنت طرفاً في تسببها:

سيد ساني:

لا بد ان أقر لك بأن أسلوب رسالتك الغاضب قد أزعجني كثيراً. إلا انني اولاً وقبل كل شيء أعترف بمسؤوليتي الكاملة عن المشكلة التي حدثت، فقد أخطأت التقدير ولكنني تعلمت من خطئي هذا، وأعدك بأنه لن يتكرر ثانية. وفيما يتعلق بحل مشكلة الحسابات، حددت موعد اجتماع مع مديري السيد توم والوكيل لنبحث فيما يمكن عمله بهذا الخصوص. بعد الاجتماع، سندعوه لتناول الغداء في مطعم مورلي. أتمنى أن تصلح هذه الخطوة من الأمور، وأن لا تتكرر مثل هذه المشكلة في الحسابات في المستقبل.

تشارلز.

أيضاً هنا من المستحسن أن ترفق نسخة من الرسالة الغاضبة التي وصلتك.

- تتجاهل الرسالة لأن الرد عليها سيؤكد من صحة أو من أهمية محتواها:

إن عدم الرد على هذا النوع من الرسائل يعد بحد ذاته رداً عالي النبرة. إن عدم الرد سيدل المرسل على أن رسالته كانت مزعجة لدرجة جعلت المتلقي يعتبر وكأنها لم تصله. إن هذا الصمت من النوع الذي يدوي الآذان!

- التشاور مع المشرف المباشر على عملك لطلب نصيحته أو لطلب مساعدته في حل المشكلة:

ساني:

أولاً أحب أن أذكر لك مدى استيائي من لهجة رسالتك العنيفة. لقد حولت الأمر لرئيسي السيد توم، وطلبت منه أن يحدد لنا موعداً معك للعمل على حل هذه المشكلة.

تشارلز.

أرسل أيضاً في هذه الحالة نسخة عن الرسالة الغاضبة في نهاية رسالتك لتذكر مرساها بها. في هذه الحالة قد يخشى المرسل جداً أن تكون رسالته تلك قد نشر فحواها بين الموظفين في الشركة. كما أنك بتصرفك هذا ستحصل على تأييد مديرك المباشر الذي سينبه مرسل الرسالة الغاضبة إلى إن مثل رسالته مكانها خارج نطاق العمل.

- الدعوة لعقد اجتماع مباشر أو عبر غرفة الحوار لحل المشكلة:

ساني:

اود ان اعبر لك أولاً عن مدى استيائي من رسالتك الغاضبة التي وصلتني. على كل حال دعنا نتفق على موعد لمناقشة هذا الأمر ومحاولة حل المشكلة. الرجاء

الاتصال بي عبر الإيميل لأنني سأكون خارج المدينة حتى نهاية الأسبوع. حتى نلتقي، أرجو منك أن تكتم مشاعر الحنق تجاهي حتى نستطيع تسوية هذه المسألة.تشارلز.

ومثل الحالات السابقة، أرسل نسخة من الرسالة النارية التي وصلتك إلى مرسلها.

- **إرسال نسخة من الرسالة النارية إلى كاتبها مع تذكيره بآداب الاتصال عبر الشبكة:**

يمكنك استخدام هذه اللهجة مع مرؤوسيك ومساعديك ومن هم في مرتبتك نفسها. ليس من المستحسن أن تستخدم هذا الأسلوب مع مديرك أو من هم أعلى مرتبة منك في العمل. إلا إذا كنت تريد ترك العمل ولن تهمك النتائج المترتبة على ذلك.

ساني:

لابد أن أعبر لك عن مدى استيائي الكبير من لهجتك في رسالتك الغاضبة. وأود أن أذكرك أن مثل هذا الأسلوب مكانه ليس في رسائل البريد الإلكتروني الخاص بالعمل. إذا كان لديك اعتراض على طريقة عملي أو على أي شيء آخر، عليك أن تركز على المشكلة نفسها، لا أن تعطي برأيك الشخصي بي أو موقفك مني. من جهتي سأتجاهل هذه الرسالة حتى تهدأ وترسل بدلاً عنها رسالة تعبر فعلاً عن رأيك وموقفك الحقيقيين.

تشارلز.

لا تنس إرفاق الرسالة الغاضبة في نهاية رسالتك لتذكر المرسل بأسلوبه العنيف والمزعج بحقك.

إلباس الإيميل حلة رسمية:

من أجل إكساب رسالتك حلة رسمية عليك أن تستخدم اسمك الكامل مع ذكر مركزك الوظيفي. إن هذا الأسلوب سيعلم متلقي الرسالة أنك - على الأقل في هذه الرسالة- لا تود معاملته بصيغة الاسم الأول فقط (هذه الصيغة التي تدل على رفع الكلفة). إن هذا الأسلوب سيجمد العلاقة التي كان من الممكن لها أن تتطور. ويفهم الطرف الأخر أنك لم تعد ترغب برفع الكلفة معه.

التعامل مع الأسلوب الحاد اللهجة في غرف الحوار في مجال العمل:

من أسوأ المشاهد التي يمكن أن نشاهدها على الشبكة، هو عندما يوجه أحد الموظفين رسالة بلهجة حادة لأحد زملائه عبر غرفة الحوار. هنا يكون الخيار بأسلوب الرد محدوداً لأن الرسالة وجهت على مسمع من الجميع. إذا واجهتك مثل هذه المشكلة، لن يكون أمامك الوقت الكافي لتهدأ فأنت مضطر لإعطاء إجابات سريعة حيث إنّ الجميع ينتظرون.

ما الذي تستطيع فعله إذن؟ أمامك أحد الاختيارات التالية:

١. أن ترد مباشرة وتشرح أنك لست المسؤول عن المشكلة:

ساني: إن تعليقك غير مناسب هنا، لكنني أريدك أن تعرف أنه لا علاقة لي بالخطأ الذي وقع. لذا دعنا نتكلم في هذا الأمر لاحقاً خارج الشبكة.

٢. أجب واعتذر:

ساني: إن ملاحظتك غير ملائمة هنا، ولكنني مع هذا أعتذر عن الخطأ الذي ارتكبته وأعدك بعدم الوقوع فيه ثانية. وأعتقد أنه من الأفضل أن ننهي المسألة عند هذا الحد.

٣. تجاهل الملاحظة:

تظاهر وكأنك لم ترَ الملاحظة القاسية التي وجهت إليك بعدم الرد عليها. وعلى الأغلب فإن معظم الموجودين في الغرفة سيسارعون إلى تأييدك وتوجيه اللوم إلى صاحب الرسالة على أسلوبه الفظ، وقد يطلبون الخروج من غرفة الحوار.

٤. ذكر المرسل بأداب الحديث على الشبكة:

ولكن انتبه إلى كون هذه الطريقة غير ملائمة في حال تعاملك مع مديرك أو من هم أعلى منك.

ساني: إن ملاحظتك كانت غير ملائمة هنا. يبدو أنك بحاجة لمعرفة المزيد حول آداب الاتصال عبر الشبكات. لذا أنا مضطر لتجاهل أسلوبك العنيف الآن.

٥. أعلن أنك بحاجة للتحدث مع من أزعجك على انفراد وأنكما ستعودان لمتابعة الحوار بعد قليل:

ساني: إن تعليقك كان غير ملائم هنا، دعنا نناقش الأمر خارج الشبكة لبعض الوقت. دعنا نلتقِ في غرفة حوار خاصة تدعى غرفة ساني- تشارلز. وسنعود بد دقيقة أو دقيقتين.

إذا تجاهل ذلك الشخص عرضك هذا، يمكنك في هذه الحالة متابعة الحوار أو مغادرة الغرفة. سيرى باقي الموجودين في الغرفة أنك قد حاولت حل النزاع لكن من أساء إليك تجاهل محاولتك، وسيحسبون في هذا الموقف نقطة لصالحك على أية حال.

٦. غادر الاجتماع الذي يتم عبر الشبكة:

ساني: إن ملاحظتك هذه غير ملائمة بالمرة هنا. سأعتذر من باقي الموجودين لأنني مضطر للانسحاب من الاجتماع. لقد انزعجت جداً وغير قادر على المتابعة.

قل هذه الجملة ثم انسحب. في هذه الحالة تقوم معظم الأنظمة بإبلاغ باقي المشاركين أن تشارلز ماير قد غادر غرفة الحوار. إن هذا التصرف الذي يكون عادة غير لائق، سيضع الشخص الذي أساء إليك في وضع محرج إذ أنه سيواجه انتقادات جميع المشاركين في الاجتماع عبر غرفة الحوار على الأغلب.

عروض العمل على الشبكة:

يمكنك إيجاد ملايين عروض العمل على الشبكة، حيث تستطيع اختيار العرض الذي يناسبكَ منها. وبالمقابل يوجد عروض من طالبي العمل بفئاتهم المختلفة الذين يذكرون في عروضهم مؤهلاتهم وشهاداتهم العلمية وخبراتهم. إن هذه العروض تشبه نوعاً ما الإعلانات التجارية، التي تلاقي الكثير من البائعين والمشترين، ولكن يبقى من الضروري التروي والتبحر في البحث لإيجاد الأفضل.

- للباحثين عن عمل:

إذا كنت تبحث عن عمل جديد، ستندهش من كم العروض الموجودة على الشبكة، إذ يوجد عدد كبير من المواقع ولوائح المراسلة بهذا الشأن. تتفاوت بين العروض المحلية والعالمية، التخصصية والعامة، وقد تكون مجانية أحياناً. وعلى شبكة الويب هنالك صفحة خاصة بالشركات التي تعرض فرص عمل.

- العرض والطلب:

أثناء بحثك على شبكة الويب عن عمل بين عروض الشركات والمستخدمين التي لا حصر لها، يمكنك تقديم نبذة عن إمكانياتك ومؤهلاتك على عدة مواقع على هذه الشبكة بحيث يقرؤه من يبحث عن موظفين أو عمال. لذا، فإنك كلما عرضت هذه النبذة عن مؤهلاتك على مواقع أكثر، كلما زادت فرص اتصال عدد أكبر من صاحبي العمل، حتى إنك قد تتفاجأ من كم المتصلين.

- محلية العروض:

تقسم مواقع العمل عادة إلى ثلاثة أقسام:

١. عامة مع تحديد بسيط أو عدم تحديد مكان العمل أو نوعه.

٢. خاصة ببعض الأشخاص ذوي المؤهلات الخاصة.

٣. خاصة بأعمال في منطقة جغرافية معينة.

إن معظم الباحثين عن عمل يركزون على عروض العمل التي تطلب مؤهلات معينة في حقل معين وفي منطقة معينة. ويمكنك وضع إعلانك بطلب عمل في أي موقع يقبل ذلك، ولكن هذا سيتطلب منك جهداً إضافياً، كما أنه قد يثير دهشة بعض أصحاب العمل عندما يجدون عرضك في موقع لا يتناسب معه: كأن تعرض خبراتك كمهندس طيران في موقع خاص بالموسيقيين.

على كل حال، إن الأمر الذي يعنينا هنا هو لفت نظرك إلى إمكانية العثور على عمل في بلد آخر أو مدينة أخرى ولكنك قد تستطيع ممارسة المطلوب منك دون الانتقال من مكانك في بعض الأحيان، إذ يكفي أن تستخدم خطوط البريد الإلكتروني للقيام بالعمل، ولا يكون عليك إلا السفر بين الحين الآخر إلى مقر الشركة. على سبيل المثال قد تعينك شركة مقرها في بوسطن وأنت في مكانك، لنقل في كاليفورنيا، لأنك تحقق ما تطلبه الشركة من مؤهلات وتستطيع القيام بالعمل المطلوب في بلدك نفسه ولا يبقى عليك إلا السفر إلى مقر الشركة الرئيسي بين الحين والآخر عند استدعائك.

استخدام صيغة : pdf

أولاً، عندما ترسل نبذة عن مؤهلاتك بصيغة pdf.، انتبه إلى قياس الصفحة أو النبذة. عليك أولاً وقبل كل شيء حفظها بالشكل النهائي الذي يظهر على الشاشة لا على صفحة الطباعة. إن اعتماد قياس ٧٠ dpi قد يكون ملائماً لشاشة المتلقي. أما

اعتماد قياساً أكبر (١٥٠ dpi وما فوق) يعطي ملفاً كبيراً ويحتاج لوقت أطول من أجل تحميله على شاشة المتلقي الأمر الذي قد يزعجه.

ثانياً، تجنب إطالة النبذة زيادة عن اللزوم. إن نبذة طولها خمس صفحات مليئة بالصور الملونة ستظهر أيضاً بشكل ملف.pdf ضخم. سيتجنب معظم القراء في هذه الحالة تحميل ملفك لأنهم على الأغلب لا يملكون الوقت الكافي لذلك، علاوة على انهم قد بفترضوا أن هنالك خللاً ما في شخصيتك.

- إرسال السيرة الذاتية:

يمكنك إرسال نبذة كاملة ومفصلة عنك ولكن يجب أن تتنبه لطولها الذي يجب أن لا يشكل ملفاً ضخماً قد يتجنب القارئ تحميله على الشاشة. استخدم الصيغة التي يستطيع أصحاب العمل قراءتها.

إن برنامج ميكروسوفت وورد هو الصيغة العامة والشائعة لهذا الشأن، لأن معظم مستخدمي الكومبيوتر لديهم نسخة عن هذا البرنامج. استخدم صيغة RTF من هذا البرنامج التي تظهر في مربع حوار عندما تدخل إلى Save As. إن هذا يسمح لمستخدمي النسخ الأقدم من برنامج وورد بالإضافة إلى معالجي البرنامج بفتح وثيقتك كاملة وبصياغة مقبولة.

قد تكون افضل صيغة في هذا المجال هي.pdf format التي تسمح لك بحفظ نبذة مضغوطة بشكل أنيق وكاملة في الوقت نفسه مع كافة الصور. الجانب المهم هنا هو أنك تحتاج مدخل إلى برنامج (Adobe Acrobat) الذي يصمم أو يصوغ ملفات pdf. إن ثمن هذا البرنامج مرتفع بعض الشيء، إذ يبلغ ٢٥٠ دولار وتستطيع الحصول عليه من موقع www.adobe.com ومن كل مواقع الطلبات التي تتم عبر بريد الشبكة، وتستطيع إدخال النبذة الخاصة بك باستخدام الرمز البريدي لكتابة PDF الخاص بأحد أصدقائك.

هنالك نقطة أخيرة نضيفها هنا، وهي أنه يمكنك استخدام أكثر من صيغة لكتابة سيرتك الشخصية حتى يختار المتلقي منها ما يتناسب مع جهازه.

- مواقع هامة خاصة بعروض العمل:

هناك آلاف المواقع التي تقدم فرص عمل. بعضها متخصص مثل www.colostate.edu/Depts/Entomology/jobs/jobs.html، وبعضها الآخر متنوع مثل www.monster.com و www.jobbankusa.com وwww.ajb.dni.us. ويدعي بنك العمل الأمريكي America Job Bank، (www.ajb.dni.us) أن لديه أكثر من /٢٥٠٠٠٠٠/ طلب توظيف، وأكثر من /١٢/ مليون فرصة عمل.

من أجل إيجاد عمل يناسبك، ابحث في فرص العمل المعروضة في مجال خبرتك. وإذا كان الموقع (مكان العمل) هام بالنسبة لك، ابحث في فرص العمل المعروضة في منطقتك أو مدينتك. قد تجد آلاف الفرص على برنامج AOL مثلاً ولكنها غير مناسبة لك، بينما قد تجد فرصاً أقل على موقع صغير خاص بمدينتك ويتناسب مع رغباتك.

- الرد على إعلان عمل:

عندما تود الرد على إعلان عمل، اقرأ الإعلان جيداً ومن ثم أعد قراءة التفاصيل المذكورة بعناية، سيذكر الإعلان على الأغلب الصيغة التي يجب أن تقدم بها طلب العمل بالإضافة إلى تفاصيل أخرى. قد يطلب منك بعضها أن ترسل فقط سيرتك الذاتية في رسالة إيميل. أما بعضها الآخر، خاصة تلك المتعلقة بالفنون والإعلام، فَقَدْ تطلب منك إرسال سيرتك الذاتية ولكن بتصميم خاص ملون.

٣ أعطِ سيرتك الذاتية طابعاً خاصاً بك:

بما أنه أصبح من الممكن وصول سيرتك الذاتية إلى آلاف أصحاب العمل، عليك أن تتوقع أن طلبك الذي تتقدم به من أجل العمل سيواجه عشرات المئات من الطلبات المنافسة، لهذا السبب، عليك تعديل طلبك بما يتماشى مع فرصة العمل التي تتقدم إليها، ولتحقيق هذا، ننصحك بالحصول على كتاب أو كتابين في فن كتابة السيرة الذاتية و طلبات العمل.

- مقتنصو الفرص/ :Headhunters

هنالك - كما تعلم - بعض الأشخاص الذين يقتنصون فرص إعلانات التوظيف ليربحوا منها، وتكون مهمتهم إيجادك لدلّك على فرصة عمل شريطة أن يأخذوا منك أتعاباً مقابل ذلك، أو يأخذوا أحياناً أتعابهم من الشركة أو الجهة المعلنة عن الوظيفة؛ إي هم بمثابة وسطاء لدلّك على عمل، وننصحك بتجنب النوع الأول منهم لأن ما يقومون به هو فقط دلك على عناوين أو مواقع جهات توظيف مناسبة، الأمر الذي تستطيع إيجاده بنفسك.

عند تعاملك مع أحد هؤلاء الأشخاص، عليك أولاً أن تكون أميناً معه في ذكر الشركات والوسطاء الآخرين الذين تعاملت معهم من قبل. وانتبه إلى ضرورة شعورك بالراحة مع القناص أو الوسيط (HH) الذي تتعامل معه.

إذا لم يستطع الوسيط تأمين عمل لك خلال ٣٠ يوماً، أنهِ علاقتك به وابحث عن شخص آخر، ولكن حاول أن تقوم بذلك بطريقة ودية، قد يحدث أحياناً أن لا يستطيع الوسيط تأمين عمل لك خلال ٣٠ يوم ولكنه قد يعود للاتصال بك بعد أشهر وفي جعبته عدة فرص عمل ممتازة.

- فرص العمل الإضافي أو المؤقت:

إذا لم تكن تبحث عن عمل بدوام كامل، يمكنك الاتصال ببعض الوكالات لهذا الغرض. تقدم لك بعض المواقع فرص عمل بدوام جزئي تتنوع بين الأعمال اليدوية البسيطة والأعمال التي تحتاج لخبرة واحتراف.

يدفع عادة صاحب العمل إلى وكالة ما عن عملك الجزئي، بدورها تدفع لك الوكالة نصيبك وتأخذ نصيبها. هناك فرصة في تحول العمل المؤقت أو الجزئي إلى عمل دائم بعد فترة من الزمن. له راتب ثابت ومكافآت وعلاوات ثابتة. لذا عليك الاتصال بالشبكة لهذا الغرض لأنها تقدم لك فرصاً أفضل من تلك التي تقدمها الصفحات الصفراء التقليدية في هذا المجال. ومن أجل الحصول على عمل مؤقت براتب جيد. ننصحك الاتصال بأحد الوسطاء أو الاعتماد على احد مواقع شبكة الويب المخصصة لهذا الأمر.

- صمت الحملان:

تكون - عادة - المنافسة حامية على الشبكة بين المتقدمين بطلبات عمل. فَقَدْ يحالف الحظ سريعاً من يملك المؤهلات العلمية المطلوبة والخبرة الجيدة. ولكن هناك آخرون ممن قد لا يحالف طلباتهم الحظ حتى لو اتصلوا بمواقع ووسطاء معتمدين.

كان من المتعارف سابقاً عليه أن يعرف كل متقدم بطلب وظيفة بنتيجة طلبه، سواء بالموافقة أم بالرفض. ولكن الحال تغير الآن نظراً لتغير كم وطريقة تقديم الطلبات. وما كان يعتبر في السابق من عدم اللباقة - أي تجاهل الرد على طلبك - اصبح أمراً عادياً هذه الأيام، لا يمكنك أن تلوم الجهة التي تتقدم إليها بطلب العمل إذا لم يردوا عليك لأنهم على الأغلب يتلقون مئات الطلبات عبر الشبكة يومياً، وبالطبع لن يكون بمقدورهم الرد على جميع المتقدمين.

- المزيد عنك:

عندما تتقدم بطلب عمل إلى وظيفة تم الإعلان عنها عبر الشبكة، قد ترغب أن ترسل معلومات حول نفسك أكثر من المعلومات الموجودة في سيرتك الذاتية. فقد ترغب مثلاً في إرسال بعض المعلومات الشخصية عنك بالإضافة إلى بعض الوثائق والصور بإنجازاتك السابقة، لتحقيق ذلك قم بتصميم موقع على شبكة الويب لطلب العمل، وحاول أن يكون هذا الموقع جذاباً ليدهش صاحب العمل، أما إذا تعذر عليك أمر تصميم موقع بنفسك، فيمكنكَ أن تستعين بخبرة أحد الأشخاص الجيدين في هذا المضمار.





الاتصال بالأصدقاء وأفراد الأسرة عبر الشبكة

معظم العائلات الأمريكية والكندية تغير مكان إقامتها بين الحين والآخر. فوفقاً لدراسة أجريت تحت إشراف معهد ماي فلور فان لاينز Mayflower Van Lines، ينتقل حوالي ٢٠ مليون أمريكي كل ثلاثة أشهر. وإذا استمر الحال على هذا المنوال، فيمكننا القول أن متوسط تنقل الشخص الأمريكي خلال حياته يبلغ حوالي ١٢ مرة.

إن هذا التنقل المتكرر ينعكس على أمور أخرى في الحياة. فلم يعد من الممكن أن يظل الأبناء في مكان العائلة نفسه وأن يرثوا مهنة أو مزرعة العائلة. كان الجوار في الماضي هم عبارة عن أصدقاء وأبناء عائلة واحدة يعيشون بالقرب من بعضهم البعض على مساحة لا تزيد عن ٢٠ ميل.

والآن، حلت شبكة الاتصال الخاصة بالعلاقات الشخصية محل تلك العلاقات القوية التي كانت سائدة في السابق، إن أتعس الناس هم أولئك الأشخاص الذين ليس لديهم أقرباء أو أصدقاء. لهذا السبب فإننا بحاجة للتواصل مع الآخرين، وقد قدمت وسائل الاتصال عبر الشبكات فرصة لا تضاهى لتحقيق ذلك الأمر.

اختبار ذاتي: اختبر مقدراتك بخصوص الاتصال بالأسرة والأصدقاء عبر الشبكة:

ليس المقصود من هذا الاختبار معرفة قدراتك في الاتصال عبر الشبكة، ولكن لتقويم مدى نجاح اتصالك بأقاربك والمقربين منك. ستتمكن من معرفة الجواب الصحيح بسهولة، لكن ليس هذا هو المطلوب. المطلوب أن تجيب بأمانة حتى لو كان جوابك ليس أفضل الاحتمالات. ونذكرك أن هذا ليس امتحاناً وإنما هو اختبار شخصي الهدف منه تطوير نفسك.

أسئلة الاختبار: **صح** **خطأ**

١. من السهل عليَّ الاتصال بعائلتي شخصياً أو بالهاتف..

٢. من السهل عليَّ الاتصال بعائلتي عبر الإيميل أو غرف الحوار..

٣ . أتصل بمن حولي بنجاح عبر الشبكة.

٤. غالباً ما أؤجل الرد على رسائل الأهل.

٥. معظم أفراد عائلتي لديهم بريد إلكتروني ولكني لا أستخدمه..

٦. استخدم الإيميل مع معظم مراسلاتي.

٧. لديَّ أصدقاء مراسلة عبر البريد الإلكتروني لم أقابلهم في حياتي.

٨. تجتمع عائلتي بشكل منتظم في غرف الحوار.

٩. أستعمل الإيميل عادة مع أفراد أسرتي أكثر من الهاتف..

١٠ . أتلقى أكثر من خمس رسائل إيميل من أفراد العائلة أسبوعياً.

١١. لا أرسل رسائل بريد إلكتروني إلى أفراد عائلتي لأنني نادراً ما أتلقى الرد.

١٢. لا أعطي عنوان بريدي الإلكتـروني لأي شـخص، حـتى الأصدقاء وأفراد العائلة..

١٣. أتبادل الصور مع أفراد عائلتي عبر الإيميل.

١٤. لديّ كـامـيـرا رقـمـيـة و/أو طابعـة.

١٥. أنظر في بريدي الإلكتروني يومياً بحثاً عن رسائل الأهل والأصدقاء..

ضع علامة على كل إجابة بنعم وصفراً على كل إجابة بلا ماعدا الأسئلة ٤-٥-١١-١٢ التي عليك أن تضع علامة على كل إجابة من الإجابتين. إذا حصلت على مجموع أقل من عشر نقاط، فهذا يعني أنك بحاجة لإغناء علاقتك بأصدقائك وأقربائك عبر البريد الإلكتروني.

كلمات يمكنك استخدامها مع الأصدقاء والأقرباء عبر الشبكة:

صلة	صديق	علاقة	رابطة
جمال	سعيد	يرضي	رائع
أوتار القلب	معاً	يبني	يساعد
حب	حرارة	راحة	اتصال
ولاء	إخلاص	مشاعر	عناق

عبارات يمكنك استخدامها عند مراسلة الأهل والأصدقاء:

لنمض بعض الوقت معاً	لا تكن بعيداً كالغريب عني
اجتماع العائلة	شجرة العائلة
المال لا يشتري الحب	بيتي هو بيتكم

أشعر بالوحدة	لدينا أشياء عامة مشتركة
أصدقاء إلى الأبد	الدم لا يصبح ماءً
أتذكر دائماً عندما كنا...	أنتم دائماً معي بروحكم لا بجسدكم
أفكر بكم	أنتم تعنون الكثير بالنسبة لي
هنالك شيء لا أستطيع البوح	
به لشخص آخر غيرك	أنتم دائماً في قلبي
أنت أفضل صديق لدي	
في العالم	من الرائع أن أشاركك في...

كلمات تجنب استعمالها في مراسلاتك مع المقربين:

ألم	إزعاج	أناني
مشغول	أكره	بلا قلب
مزعج	غير جذاب	غير ودود
ممل	غريب	لا يغتفر
تجاهل	أحمق	سخيف
بارد	بعيد	كئيب

عبارات تجنب استخدامها في مراسلاتك مع المقربين:

ذوق سيئ	من غير الممكن على الإطلاق
ابتعد عن طريقي	اخرج من حياتي
ذلك اقتراح أخرق	لقد غيرت رقم هاتفي/عنواني

لا علاقة للصداقة بهذا	ليس لديَّ عائلة
لا نريدك معنا في فريقنا	لست بحاجة إليك
لا أريد أن أسمع منك	تجاهلها، هنالك خلل في تفكيرها
أنت تفترض صداقة غير موجودة	دعني وحدي
أصدقائي لا يحبونك	أنت غريب (الأطوار) جداً

الشبكة الإلكترونية:

لحسن الحظ، لقد ساعدتنا التطورات التي حدثت في تكنولوجيا الإلكترونيات على إبقاء الحبل الذي يصلنا بالأهل والأقارب وثيقاً. شكراً لآلة توجيه الرسائل بالبرق وشكراً للهاتف، والآن شكراً للإنترنت، الذي سهل علينا إقامة علاقات وصداقات جديدة. حتى لقد أصبح من الممكن التواصل من جديد من أقارب وأصدقاء انقطعت صلتنا بهم منذ زمن. والرائع في الأمر، أنه يمكنك مراسلة هؤلاء الأشخاص أو التحدث معهم مباشرة عبر التشات لساعات طويلة بكلفة بالكاد يمكن أن تذكر نظراً للقيمة المعنوية التي تقابلها ومقارنة بفواتير الهاتف الضخمة.

بناء شبكتك الخاصة:

من السهل عليك جمع عناوين الأصدقاء والأقارب البريدية للاتصال بهم، ولكن يبقى أولئك الأشخاص - كبار السن عادة - الذين يرفضون التعامل مع الكومبيوتر، أو المتعصبين لاستخدام الوسائل التقليدية البعيدة عن تعقيدات التكنولوجيا. ومع ذلك، يمكنك أن ترسل نسخاً عن رسائلك إلى هؤلاء الأشخاص إذا رغبت في ذلك (هنالك جهات تقدم لك خدمة طباعة وإرسال الإيميل بالطريقة التقليدية).

حالما تقوم بعمل قائمة الاتصال الخاصة بك وتباشر بتبادل الرسائل عبر البريد الإلكتروني، تبرز أمامك ضرورة تصميم موقع خاص بالرسائل التي ترغب

بإرسالها إلى أكثر من شخص بانتظام. يمكن أن يكون هذا الموقع بمثابة إذاعة إيميل لإعلان الأحداث الهامة في حياتك ولنقل أحدث المستجدات إلى أصدقائك وأقاربك.

قد يضطر الأشخاص الذين لديهم عائلة كبيرة أو عدد كبير من الأصدقاء أن يقسموهم في مجموعات يرسلون إليهم معلومات مختلفة لا المعلومات نفسها، كلٌ حسب مدى صلته بالأمر أو بالمعلومات.

عند إرسالك رسالة نقل أخبار عامة، لا تتوقع الرد عليها من الجميع. سيرد عليك البعض، خاصة أولئك الأشخاص الذين لم تسمع منهم أخباراً منذ مدة من الزمن. أما الآخرون فسينتظرون حتى تأتيهم منك أنباء يعرفون أن ردهم عليها يهمك أو حتى يصبح لديهم بعض الأخبار التي يودون إطلاعك عليها (أي يحبون التعامل بطريقة الواحدة بواحدة).

العثور على مفقودين بواسطة الشبكة:

نذكرك أولاً أن معظم الأمريكيين والكنديين لديهم رموز بريدية خاصة بهم عبر الإنترنت. ومع تزايد عدد مستخدمي الاتصال بالبريد الإلكتروني، أصبحت شبكة الويب (شبكة العنكبوت) هي الحل الأمثل لتحديد أمكنة بعض الأقارب أو الأصدقاء الضائعين.

عند البحث عن عزيز فقدت الاتصال به، حاول أولاً البحث بواسطة أساليب البحث الرئيسية أوعبر خدمة AOL. إذا لم تصل إلى نتيجة، حاول اعتماد أكثر من وسيلة ولا تنس الاتصال بكل من يمكن أن يساعدك في هذا الشأن.

نموذج عن رسالة بحث غير مزعجة:

مرحباً. اسمي جون ويلز وانا ابحث عن صديقتي في المدرسة الثانوية مورين ويفر. لقد وجدت اسمك وانا أبحث عنكِ على الإنترنت وتساءلت ما إذا كنت أنت الشخص نفسه الذي ابحث عنه. إذا كنت أنت فعلاً مورين ويفر، دعيني اذكرك ببعض المعلومات عني. لقد كنت أحد لاعبي فريق مدرسة ويلدون الثانوية لكرة القدم، وكنّا معاً في المدرسة من عام ١٩٩٥ لغاية عام ١٩٩٨. كما اننا حضرنا حفل المدرسة الراقص معاً. لقد فقدت الاتصال بك منذ انتقالك إلى كاليفورنيا.

انا أعيش اليوم في مدينة بالتيمور. وأصبح عندي طفلان. ولكنني قد انفصلت عن زوجتي. إنني بشوق لسماع اي شيء عنك.

إذا كنت شخصاً آخر غير مورين التي أقصدها، أرجو منك أن تعذريني على إزعاجي لك وبالطبع أنت لست مضطرة للرد على رسالتي هذه. أما إذا كنت مورين بعينها، أرجوك أن تكتبي لي. وإذا كنت لا ترغبين بالاتصال بي لأي سبب من الأسباب، أرجو منك أن تعلميني بهذا بكتابة ملاحظة قصيرة بهذا الشأن وسأحترم إرادتك.

بانتظار سماع خبر منك «موري»، جون ويلز «الكبير»

إن البحث عن فرد من أفراد العائلة يحتاج لنبرة مختلفة عن نبرة الرسالة السابقة، وإن كان هناك تشابهٌ في الأسلوب والمضمون.

نموذج عن رسالة بحث عن قريب:

مرحباً. اسمي جيمس كاري وأنا أبحث عن ابنة شقيقي ليندا كاري. لقد وجدت اسمك وانا ابحث عنهُ عن طريق الإنترنت وشعرت أن هنالك تشابهاً

بينكما، بل إنَك قد تكونين هي بالفعل. إذا كنت أنت فعلاً ليندا التي أقصدها، ستعرفين حتماً اننا نشأنا معاً في سياتل وابواكِ هما مارشال و ماري. لقد كنتم تعيشون في سياتل في الطرف الآخر من البحيرة، وقد كانت لنا أيام حلوة معاً امضيناها في اكتشاف الأحراج والغابات القريبة.

أود الاتصال بك لنسترجع ذكريات الطفولة معاً، ولأدعوك إلى حضور اجتماع العائلة الكبير العام القادم.

إذا لم تكوني أنت فعلاً ليندا التي قصدتها، فإنني أعتذر منك. أما إذا كنت فعلاً ليندا ابنة شقيقي، أرجوك اكتبي لي بأسرع ما يمكن. إذا لم تعودي راغبة بالاتصال بي لسبب من الأسباب، اكتبي لي ملاحظة قصيرة بهذا الخصوص، وتأكدي اني سأتفهم الأمر.

بانتظار سماع أي خبر من طرفك!

جيمس

المزيد حول وسائل البحث:

قد لا تفيدك كل الوسائل أو البرامج في بعض الأحيان. إن برنامج AOL على سبيل المثال لن يظهر اسمك حتى تقوم بتصميم صفحة خاصة بهذا. وكذلك الأمر مع الأشخاص الذين يستخدمون أسماءً مستعارة لا أسماءهم الحقيقية. في مثل هذه الحالات يمكنك اعتماد طرق أخرى للوصول إلى من تبحث عنهم، قد تكون مجانية أو مقابل بعض الأتعاب. من هذه الطرق:

- **البحث في لوائح العضوية:** أفضلها لوائح خدمات الاتصال الكبرى مثل ياهو أو اي موقع ضخم يؤمن خدمات إيميل مجانية.
- **البحث في الإنترنت اعتماداً على بعض المعلومات:** فبعض الأسماء التي تتغير بعد الزواج قد تقتل الباحث عن أصحابها. ولكن إن أمكن العثور على أي قريب أو صلة وصل بالشخص المفقود تصبح الفرصة أكبر بإيجاده.

- **البحث في مواقع الشبكة من نوع الصفحات الصفراء:** أكثر ما يشبه هذا الأمر المرور على كل دفاتر الهاتف الموجودة في أمريكا بسرعة البرق.

- **استند في بحثك على نقطة معينة كمهنة أو عمل ما:** إن التبحر في إحدى مؤسسات الاتصال عبر الشبكات مثل Amazon.com لابد أن يفيدك في هذا المجال. ويكون عليك إرسال رسالة بحث عبر هذه المؤسسة وهي ستقوم بإرسالها بالنيابة عنك حرصاً على عدم إفشاء أو إعطاء أية معلومات شخصية مباشرة.

- **قم باستعمال وسائل خاصة في بحثك:** حاول استخدام عبارة، البحث عن أشخاص/finding people، أو غيرها من العبارات الكثيرة في هذا الخصوص والتي لا مكان لذكرها الآن.

- **اعتمد على مؤسسات خبيرة في مجال البحث عن مفقودين:** يمكن لبعض المؤسسات أن تقدم لك خدمات إضافية أفضل في هذا المجال ولكن مقابل أتعاب معينة. ولكن عليك تقديم معلومات صحيحة وحديثة قدر الإمكان عن الشخص المفقود لتسهيل مهمتهم.

- **اعتمد على مؤسسات متخصصة في البحث عن مفقودين مقابل أتعاب كبيرة:** هذه المؤسسات تتقاضى مبالغ أكبر من المؤسسات السابقة ولكنها بالمقابل تبحث لك عن الشخص المفقود حتى ولو كان لا يستخدم الإنترنت. ويمكن أن يضمن لك بعضهم نجاح عملية البحث بنسبة معينة. لذا انتبه جيداً لنسبة ونوعية الخدمات المقدمة من تلك المؤسسات ومدى ضمان نجاحها قبل الإقدام على التعامل معها.

هل يتوجب عليك دفع المال من أجل العثور على صديق:

قد تحتار بين الإعلانات التي قد تظهر على شاشة الكومبيوتر أمامك سواء في برامج خدمات الاتصال أو على شبكة الويب والتي تعرض أن تبحث لك عن صديق أو قريب مفقود. إن معظمها نقدم لك خدمة واحدة مجانية، الا وهي إلقاء نظرة سريعة على أكثر منافذ الحصول على معلومات سهولة. أما إذا أردت أية خدمة إضافية، فإن هذا سيكلفك. وتختلف الكلفة بحسب مدى صعوبة البحث، قد يكون هناك أكثر من سعر، إذ إنَّ الكلفة تزيد في حال عدم توصلك إلى نتيجة في عملية البحث الأولية ورغبتك في إعادة البحث باستخدام وسائل إضافية، هل يستحق الأمر دفع هذه المصاريف؟ يمكن أن تكون الإجابة نعم، ولكن قبل دفع أي مبلغ، حاول أن تقوم أنت بالبحث بنفسك أولاً على الشبكة، لأن النتائج قد تدهشك وبالمجان.

جمع رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بالعائلة والأصدقاء:

إن إرسال إيميل واحد إلى عدة أفراد من الأقرباء والأصدقاء، تضمهم في مجموعة واحدة لن يكون بالمهمة الصعبة عليك. يمكنك في مثل هذا الإيميل أن تقول ما يحلو لك دون أن تقلق كثيراً بشأن الأخطاء اللغوية أو بشأن طول أو قصر الرسالة، إذ ليس من المطلوب أن تكون رسالتك مثالية هنا كما هو الحال مع رسائل العمل، وبالمقابل، فإن متلقي رسالتك سيفرحون بها وسيردون عليها بالأسلوب نفسه.

قد تصادف هنا كثيراً من الرسائل التي تحمل أخطاءً مطبعية (قد يكون سببها استخدام المرسل لإصبعين فقط في طباعة الرسالة على لوحة المفاتيح او قد يكون مصاباً بالتهاب مفاصل في يديه) أو نحوية أو إنشائية (وفقاً لدرجة تعلم المرسل ووفقاً للغته الأم ولهجته المحلية) فهل هذا حقاً يهم؟ أم أن الذي يهمك هو سماع أخبار ذلك الشخص مهما كان أسلوب أو صيغة رسالته؟

- **البدء في كتابة الرسالة:**

إن الكتابة إلى صديق أو قريب سهلة نسبياً، ولكن قبل أن تبدأ بالكتابة اسأل نفسك الأسئلة التالية:

ماذا كتبت في رسائلي أو في اتصالاتي السابقة؟

بالتأكيد لا يريد أحد استلام المعلومة أو الخبر نفسه مرتين. إذا مضى بعض الوقت قبل أن تراسل أحدهم ثانية، فتش في بريدك السابق المحفوظ واقرأ آخر رسالة بعثتها إليه كي لا تعيد كتابة خبر ما قد تكون قد ذكرته في رسالتك السابقة، كخبر ترقيتك الذي تم قبل أشهر على سبيل المثال (إذا لم تكن قد فعّلت ميزة حفظ البريد أوتوماتيكياً، تذكر أن تقوم بتشغيلها الآن).

ماهي الأخبار الهامة بالنسبة لهذا الشخص؟

إن قريبتك التي تعيش في قرية منعزلة بسبب ولعها بفكرة العودة إلى الطبيعة، لن يسرها كثيراً خبر توصيل جهاز التلفزيون لديك بالأقمار الاصطناعية (على الرغم من أنها تملك حاسوباً وجهاز هاتف) أو خبر شرائك فيديو خاص بالألعاب من أجل الأولاد.

هل يعرف المرسل إليه الأشخاص أو الأحداث التي تتحدث عنها؟

قد تكون سعيداً لخبر زواج إحدى قريباتك ودعوتك إلى حضور حفلة زفافها، ولكن هذا لا يعني أن تنقل هذا الخبر إلى أحد أصدقائك بعد فترة انقطاع عن مراسلته إذا كان لا يعرف قريبتك تلك ولا يهمه أمر سماع أخبار حفلات الزفاف التي تحضرها.

هل من المستحسن إرسال هذا الإيميل إلى العائلة كلها عبر alias؟

إذا أردت إرسال خبر إلى شخص ما ثم تذكرت أن أمر هذا الخبر يهم جميع أفراد عائلته، قم بإرسال رسالة الإيميل هذه عبر العنوان أو الرمز الذي يحمل اسم العائلة (family alias) الذي سيرسل الرسالة إليهم جميعاً.

بعد قيامك بالخطوات السابقة، ابدأ بترتيب أفكارك في قائمة على شاكلة النموذج التالي لرسالة تبعثها إلى شقيقك على سبيل المثال:

١. ترقيتي في عملي حديثاً.
٢. كيف واجهنا العاصفة القوية التي ضربت المدينة مؤخراً.
٣. مدى اشتياقي لجدتي وتفكيري الدائم فيها.
٤. اعتقادي بأنه سيمضي إجازته هذا العام مع العائلة.
٥. نظراً للدفء النسبي لهذا الشتاء، خطتي من أجل زراعة الحديقة بالبندورة.
٦. التلميح إلى آخر رسالة إيميل استلمتها منه والاعتذار عن تأخري في الرد.

حالما أنهيت هذه الخطوة، يمكنك المباشرة بكتابة رسالتك مع بعض التوسع في الأفكار الرئيسية. مبدئياً، يمكنك الكتابة بأية صيغة تشاء دون الالتفات إلى طول الرسالة أو سلامتها اللغوية.

نموذج رسالة موجهة إلى الوالدين:

هاي ماما، هاي بابا.

أعتذر لتأخري في الكتابة ولكنني أضطر للبقاء حتى وقت متأخر في المكتب بسبب ضغط العمل هذه الأيام. لاشيء جديد، الروتين اليومي نفسه: أعود مساءً إلى المنزل وأطعم الأولاد، بعدها أتابع شيئاً مملاً على الأغلب على شاشة التلفزيون ثم أذهب إلى الفراش. لم أعد أسمع أي خبر عن جون منذ انفصالنا، ولكن محاميه عرض عليّ تسوية سلمية ومعقولة للأمر. كل ما يقلقني هو ما

يفكر به الأولاد حول هذا الأمر. اعرف ان تقبله صعب عليهم، واشعر بالذنب لعدم تمضيتي وقتاً أكبر معهم في البيت. يبدو أن جيري يمر بوقت صعب نظراً لأنه لا يستوعب اين يمكن لوالده أن يكون.

آمل بالحصول على نفقة لي وللأولاد، وبذلك أستطيع أن أخفف من ساعات عملي خاصة وان مديري، السيد جونز لا يعارض هذه الفكرة لأنني سأتابع إنجاز أعمالي في المنزل عبر الكومبيوتر وانا بالقرب من اولادي. سأستعمل برنامج كومبيوتر جديد يطلق صوت رنة «بيب» كلما وصلتني رسالة حيث سيكون جهازي موصولاً بشبكة الاتصال وبذلك يبقى الهاتف غير مشغول بالمكالمات الخاصة بالعمل.

المشتاقة لكم، جين

نموذج رسالة إيميل متبادلة بين شابين صغيرين:

هاي جينفر،

ادخلي إلى موقع MP3.com وقومي بتحميل أغاني فريق Sad Lovers and Gian'ts release فهي رائعة وانا مندهش من موسيقى الشريط الرهيبة. لقد اشتريت الشريط لأسمعه في كل مكان، مع أنه متوفر مجاناً على الكومبيوتر. لا أفهم كيف أن هذه الفرقة ذات الشعبية الكبيرة في بريطانيا لم تنتشر بعد بما فيه الكفاية هنا، لأن اغانيها لا تذاع إلا في محطة واحدة فقط.

اشتريت أيضاً سي دي (قرصاً ليزرياً) خاصاً بالألعاب وهو يناسب جهاز ماكنتوش الذي لديَّ. وأقوم بتوفير بعض المال لإجراء تحديث للجهاز لأنه لا يستطيع استيعاب مقدار كبير من الموسيقى. على كل حال أريدك أن تفكر في هذا الموضوع وأن تعطني رايك فيه.

نموذج لدعوة رسمية مرسلة بواسطة الإيميل:

عزيزتي جينفر،

سررت جداً عندما تلقيت رسالتك عبر البريد الإلكتروني، ولكنني افتقد كثيراً لخطك الجميل. أكتب لك اليوم بالنيابة عن جمعية مرضى الزهايمر المحلية. لقَدْ قررنا إقامة حفلة خيرية من أجل دعم صندوق الجمعية في ١٢ أيلول الساعة السابعة مساءً. سيتم في الحفلة عمل مزاد على ٩٠ نسخة من لوحات دالي تبرعت بهم إحدى الجهات للجمعية. سيكون اللباس رسمياً، وسيتضمن العشاء سبعة أصناف من الطعام يقوم بإعدادها طباخ من جنوب فرنسا. الرجاء إعلامنا بمشاركتكم قبل موعد اقصاه ٣١ آب. ننتظر تشريفكم.

ديانا كيلر

جمعية مرضى الزهايمر الخيرية في بالم بيتش.

نموذج رسالة بين شابين راشدين:

لقد استلمت عملاً جديداً بدوام كامل في وكالة تقع في مركز المدينة. العمل صعب والدوام طويل إلا أنني بدأت بالتعود على ذلك. اليوم فقط تسلمت مكتبي وجهاز الكومبيوتر الخاص بي، ولكنني مازلت انتظر أن يتم توصيل خط هاتف إلى المكتب.

تطل نافذة مكتبي على شارع مزدحم مليء بالأبنية الضخمة. أما إذا أدرت وجهي يساراً، استطيع ان ارى جزءاً من الجبال.

أنا وجيم مازلنا نشكل «مادة» على طريقة صحف التابلويد. أعدَّ لي بالأمس عشاءً لذيذاً، وقد تأخرت عن الموعد ساعة واحدة فقط! (فتاة سيئة!).

لقد اضعت كيفية الاتصال بمجموعتي لأنني لم أعد أستطيع حضور الاجتماع المسائي بسبب عودتي في وقت متأخر. أفتقدهم جداً. البارحة اجتمعت بمجموعة مسائية تلتقي في الكنيسة المجاورة من منزلي. يبدو أفردها لطيفين لكنهم ليسوا كمجموعتي السابقة.

مع حبي، جانيس

إذا أردت الإجابة على أسئلة وردتك في إيميل سابق، يمكنك أن تقوم بذلك كما لو كنت تقوم بالرد على رسالة ورقية تقليدية، أو يمكنك أخذ مقاطع منها كما ورد ذكره في الفصل السابق. إن الاستشهاد بمقاطع في رسالتك يعتبر أداة فعالة لأنها تنعش ذاكرة الطرفين بالنسبة للمواضيع المطروحة. ولكن طريقة الاستشهاد في الرسائل الشخصية يختلف عما هو الحال مع رسائل العمل، لأن الرسائل الشخصية تحمل طابعاً حراً بعض الشيء بالنسبة لصياغتها.

كي تأخذ مقتطفات من رسالة ما، اتبع الخطوات التالية:

- حدد ما إذا كنت تريد ذكر الرسالة كلها أم جزءاً منها.
- اضغط على مربع «رد / Reply» الذي يظهر في برنامج الإيميل لديك، وعندها تظهر الرسالة التي تريد الاستشهاد بها بالصيغة التي تحدثنا عنها سابقاً.
- ألغِ أجزاء الرسالة التي لا تحتاج إلى رد وأنت تكتب.

نموذج رد على رسالة مع الاستشهاد بمقاطع منها:

هاي جين،

> سرني أن أسمع منك. أعتذر عن تأخري في الرد ولكن ترقيتي

> في العمل (نعم، أخيراً تم ذلك) جعلني مشغولة جداً في الفترة الماضية.

> كان الشتاء دافئاً نسبياً هنا في دنفر هذا العام، حتى أن معظم

> الثلوج قد ذابت خلال ساعة على الأكثر، وقد ارتحنا من عملية
> إزالتها بالرفش.

لقد كان شتاؤنا دافئاً أيضاً هنا. مرت بعض الأيام المحملة بالرياح الباردة. وقد حل الربيع باكراً هذا العام، ولكن قصة ذوبان الجليد في غرينلاند، يجعلني قلقة من موضوع ارتفاع حرارة الأرض.

> تحدثت مع الوالدة الأسبوع الماضي. يبدو أن مشكلتها مع الألم في > قدمها آخذة في التحسن. اتمنى لو أنها لم تكن عنيدة بشأن
> موضوع تناول الأدوية.

لا أعتقد أن بإمكاننا أن نفعل شيئاً حيال هذا. إنها عنيدة جداً وعلينا تقبل ذلك. تحدثت انا أيضاً معها قبل حوالي أسبوعين وقد أخبرتني انها تعلمت كيف تتجاهل المرض. لا أعرف بالتأكيد مدى صحة قولها هذا.

> ربما نستطيع الاجتماع كلنا في منزل الوالدة في عطلة العام القادم.

نعم، يبدو أنه يتوجب علينا أن نفعل ذلك. سأبلغ ديانا حتى تهيئ نفسها لهذا هي الأخرى. كم سيكون اجتماعنا رائعاً. سنتعاون كلنا في إعداد الطعام، وقد تهيئ لنا الوالدة طعام الفطور مما قد يشعرها بالنشاط وبأنها مازالت تسيطر على أمور المطبخ وأنها تستطيع الاعتناء بضيوفها.

لديّ بعض الفراغ الآن وسأستغله في تنظيف الحديقة من الحشائش وقلب التربة. من الغريب حقاً كيف ينمو العشب حتى في الشتاء. سلمي على جيم بالنيابة عني.

مع حبي --- أليس

يمكنك أن تضيف أية مرفقات مع رسالتك، كإضافة صور أو عناوين لمواقع على شبكة الويب (URLs)، أو أي خبر ترغب في اقتطاعه من إحدى صحف الإنترنت. والآن، أعد قراءة رسالتك ثم أرسلها.

رسائل خاصة بنشر الأخبار:

تختلف رسائل نشر الأنباء عن الرسائل العادية بعض الشيء. وتحتوي الرسالة التي من هذا النوع عادة على خبر هام (نوعاً ما) لمجموعة معينة من الأصدقاء أو أفراد الأسرة. وتحمل هذه الرسائل على الأغلب أخباراً سارة أحياناً وغير سارة أحياناً أخرى كخبر دخول أحدهم إلى المستشفى أو ما شابه ذلك (ولكن حاذر أن تخبر بوفاة أحدهم عبر رسالة كهذه).

يمكن أن تكون هذه الرسائل طويلة أو قصيرة حسب الأخبار التي تنقلها. وعادة حتى الأشخاص المنغلقين على أنفسهم أو الأشخاص الذين لا يتلقون رسائل إيميل كثيرة يحبون هذا النوع من الرسائل.

التقيّد بالهدف من كتابة رسالة إذاعة نبأ:

عند قيامك بإعادة قراءة رسالتك بحثاً عن أي خطأ، تأكد من كونها لا تحمل أية معلومات أو نبأ غير مناسب إلى أي من المتلقين. إذا كنت تخبر أفراد العائلة عن أمر يهمهم، لا يمكنك أن تذكر نبأ يخص شخصاً واحداً من بينهم، لأنك ستزعج الآخرين بهذا، علاوة على أنهم لن يلبثوا أن يكفوا عن متابعة قراءة الرسالة. قم بإرسال أي خبر شخصي إلى الشخص المعني بهذا الخبر برسالة إيميل خاصة به.

يندرج ضمن هذا النوع من الرسائل، الرسائل التي تنقل لك النكات. قد تضحك للأمر في البدء، لكن سرعان ما ستجد مئات النكات المكررة أو السخيفة وغير المضحكة موجودة في صندوق بريدك. ونظراً لأن مرسلي هذه النكات يحملون نوايا طيبة تجاهك، سيكون من الصعب عليك إخبارهم أنك لا تريد سماع نكاتهم. وهنا، يكون عليك إما أن تحجب النكات الواردة عن برنامجك أو أن ترسل ملاحظة لطيفة إلى المرسل تطلب منه شطب اسمك من قائمة الاتصال الخاصة به.

٣

العلاقات الدافئة والباردة عبر الشبكة:

حتى بين الأصدقاء وأفراد العائلة، تتغير نبرة الحديث من مرسل إلى آخر فبعضهم قد يستطيع في رسالته سبر مشاعر الآخرين أو تحريكها وبعضهم يجد في كتابة الرسائل متعة وأفضل طريقة لتمضية الوقت. أما البعض الآخر. فإن كتابة رسالة بالنسبة له تعد مشكلة كبيرة. يرجع هذا الاختلاف إلى عدة أسباب:

- قد يكون المرسل يستخدم بريد العمل الإلكتروني لإرسال رسائله الخاصة، وبالتالي فإنه يخشى قراءة الآخرين (الموظفين) لرسائله.

- نقص الخبرة والمهارة الجيدة في أسلوب الكتابة. إذا كنت تعرف شخصاً يعاني من هذه المشكلة، عليك أن تنصحه بقراءة هذا الكتاب.

- ضغط العمل وكثرة المسؤوليات. بعض الأشخاص يكونون مشغولين دائماً، وكتابة رسالة قد يأخذ من وقتهم الكثير. قد تظن أن هذا الشخص لا يهتم بك، ولكن لم لا تجرب الاتصال به بالهاتف قبل الحكم عليه.

- اختلاف طبيعة الأشخاص بين عاطفيين ومتحفظين. فبعض الأشخاص يعبرون عن عواطفهم بشكل صريح ولا يستطيعون إخفاءها، وبعضهم الآخر تجده متحفظاً بطبعه ولا يحب البوح بعواطفه وأسراره على الملأ.

- مدى قرب الشخص أو بعده عن الذي يراسله. قد يجد بعض الأشخاص أنهم غير مضطرين للرد على شخص أرسل لهم رسالة طولها يزيد عن عشرين صفحة برسالة من صفحة أو صفحتين، لأنهم ببساطة لا يشعرون بأي رابط يربطهم بذلك الشخص.

لا تتسرع بالحكم إذا لم تتلق رداً من أحدهم بأنه لا يريد مراسلتك. أعط ذلك الشخص فرصة، فإذا لم يردك منه أي خبر بعد بضعة أسابيع، أرسل له نسخة عن إيميلك السابق مع تعليق من هذا القبيل:

عزيزي، لم أتلق منك أي رد على رسالتي السابقة. سأفترض أنك إما مشغول جداً أو أن تلك الرسالة لم تصلك، لذا لقد قمت بإعادة إرسالها أدناه على أمل السماع منك قريباً.

جيم





الرومانسية عبر الشبكة

إذا كنت تعاني من الوحدة، أو كانت لديك مشكلة في التواصل مع الشريك المناسب، يقدم لك هذا الفصل فرصة للالتقاء بشخص مناسب في المكان الذي تجتمع فيه التكنولوجيا مع الرومانسية: شبكة البريد الإلكتروني.

اختبار ذاتي حول مقدرتك على التواصل بأسلوب رومانسي:

مرة ثانية نذكر القارئ هنا أن هذا الاختبار ليس بمثابة امتحان وإنما هو محاولة لتقويم مقدراتك ومدى نجاح أسلوبك في التواصل مع من تحب بنجاح.

أسئلة الاختبار	صح	خطأ
١. أتواصل بنجاح مع الغير عبر الشبكة.		
٢. أكتب رسائل الإيميل دون أي مجهود يذكر.		
٣. أستعمل الإيميل باستمرار لأني أجده وسيلة سهلة.		
٤. أشعر بالراحة في أجواء غرف الحوار.		
٥. لا أشعر بأي مشكلة في مناقشة أموري الشخصية على الشبكة.		

٦. لدي أصدقاء مراسلة لم ألتق بهم في الواقع.

٧. لا أعاني في رسائلي من قول ما أريده أو أعنيه فعلاً.

٨. أشعر بمتعة في التجول هنا وهناك على الشبكة.

٩. أحتفظ بأسماء وعناوين من التقي بهم على الشبكة في دفتر هاتف إلكتروني.

١٠. أعرف كيف أبحث عبر الشبكة لانتقاء أفضل الكلمات.

١١. أعرف ماذا أقول عندما يرسل لي أحدهم رسالة فورية.

١٢. أستطيع أن أعطي رسائلي الخاصة طابعاً شخصياً يختلف عن رسائل العمل.

١٣. لدى جهازي إمكانية الاتصال السريع (أفضل من ٥٦ K bps). ....

١٤. أستعمل اسماً مختلفاً في غرف الحوار.

١٥. إن موقعي الخاص موجود على الموقع العام والشبكة التي أستخدمها.

١٦. أقوم بتغيير تصميم موقعي باستمرار لأعكس التغيرات الحاصلة في حياتي.

١٧. على الشبكة أحمي عنواني الفعلي والمعلومات الشخصية الحميمة. ....

١٨. لا أشعر بمشكلة في مراسلة أو التحدث مع أشخاص ليسوا بمثل كفاءتي.

١٩. لا أشعر بمشكلة في مراسلة أو التحدث مع من هم أفضل مني في الأسلوب.

٢٠. أنا سريع في التعامل مع «لوحة المفاتيح».

٢١. في غرف الحوار، أشعر بالراحة في المشاركة بأي حديث.

٢٢. في غرف الحوار لا أشعر بمشكلة عندما يدور الحديث عني.

٢٣. أعتبر دخول غرف الحوار أمراً ترفيهياً تماماً مثل حضور فيلم سينمائي.

٢٤. استخدم شبكة الويب العالمية من أجل العمل و/أو التسلية. ....

٢٥. أشعر براحة وبتمكن من استخدام شبكة الويب.

أعط نفسك علامة على كل إجابة «صح» وصفراً على كل إجابة «خطأ».

إذا حصلت على ١٨ علامة وما فوق أنت مستخدم جيد للشبكة وتستطيع التواصل مع الغير بحميمية.

إذا حصلت على ١٧ علامة وما دون، أنت لست بارعاً في الاتصالات الرومانسية ويلزمك قراءة هذا الفصل.

كلمات معبرة يمكنك استخدامها لإعطاء أسلوبك صبغة رومانسية:

إعجاب - انجذاب - أمل - جذاب - اهتمام - حلو - لطيف - حب - محب - مكرس - عاطفة - عاطفي - ولع - ثمين - دافئ - همس - ولاء... وغيرها.

عبارات تستطيع استخدامها في هذا الخصوص:

افكر بك - هذا يعطيني الدفء والأمان - عاطفتي - مشاعري - عالمي - افتقدك - وقت لا يقدر بثمن - عندما سأكون بقربك - عندما سنكون معاً - أنت رائع (رائعة) - إن كلماتك...- إن مكانك... وغيرها.

كلمات تجنب استعمالها في رسالة رومانسية:

عديم الإحساس - بارد - مخادع - أحمق - بلا فائدة - غير قادر - مثير للشفقة - عنيد - قاس - بدون تفكير - لا قيمة له - كاذب... وغيرها من الكلمات المشابهة.

عبارات تجنب استخدامها في رسالة عاطفية:

لا يمكن بالمرة - أنا لا أستحق هذا - ليست مشكلتي - لا شيء مشترك يجمعنا - أنت لا تقدرني أنت عديم الإحساس... وغيرها.

٣
الانطباع الأول:

كما يحدث عادة في أي موعد، قد يدوم الانطباع الأول أو التأثير الذي تتركه لفترة طويلة. إليكم هذه النصيحة التي تساعدكم في ترك أثر جيد في نفس الشخص الآخر:

للرجل: كن واضحاً مباشراً ولا تتظاهر أنه بإمكانك إعالة عائلة مؤلفة من اربعين شخص مثلاً.

للمرأة: أعطي أوصافك الصحيحة.

«ولكن...» قد تقولين أو تقول «ماذا إذا لم يعجبه شكلي أو لم يعجبها حسابي المصرفي؟» حسناً، إليكم هذه النصيحة الأخرى - إذا كان شريكك المستقبلي المحتمل يبحث عن الشكل فقط أو إذا كانت شريكتك المحتملة تبحث عن المال فقط، ابحثا عن شريكين افضل واكثر نضجاً. لأن الشكل قد يذبل بمرور الوقت والمال قد يذهب، وأنت لا تريد شريكاً يذهب بمجرد ذهابهما.

هل العلاقة العاطفية عبر بريد الشبكة تناسبك:

نشأ هذا النوع من العلاقات منذ أن ربط المودم بين أجهزة الكومبيوتر. والآن مع وجود ملايين الأشخاص على شبكات الاتصال، فإن نسبة كبيرة منهم أصبح لديهم علاقات عاطفية جدية تربطهم بأصدقاء مراسلة. وهنالك عدد كبير من المتفرغين الذين يمضون لياليهم (وأيامهم) أمام أجهزة الكومبيوتر بحثاً عن روميو أو جولييت.

حفل الشبكات التنكري:

إن الأشخاص الذين يحبون أن يمضوا جلّ وقتهم في غرف الحوار هم إما أنَّهم لا يملكون: أ- حياة خاصة بهم، بـ- فرصة معقولة للالتقاء بشخص حميم بطريقة مباشرة وشخصية.

عليك الانتباه والحذر قبل الإقدام على إي علاقة من هذا النوع مع شخص لا تعرفه في الحقيقة. فقد نشرت إحدى الصحف مؤخراً مقالاً حول الإنترنت، كشفت فيه عن امرأة تبلغ من العمر ٥٤ عاماً، كانت تغير جنسها وعمرها في غرف الحوار من أجل التحدث بألفاظ ومواضيع خارجة وبذيئة. لذا نكررها عليك ثانية: كن حذراً!

إن البحث عن علاقة عاطفية على الإنترنت ينطوي على مغامرة كبيرة تماماً مثل ما تنطوي عليه أي علاقة بالطريقة التقليدية. إنك تتعامل بهذه الطريقة مع كتلة مجهولة على أنها توأم روحك.

على كل حال إن مثل هذه العلاقات، عبر الإيميل أو التشات، قد تنتهي بأسرع مما هي عليه لو كانت عبر الهاتف، لأنك قد تقول شيئاً ما عبر الشبكة يضغط على وتر ما مسبباً انتهاء العلاقة حتى قبل أن تكتشف أنت هذا.

كما أنه من الممكن أن تختلف سرعة وإمكانيات جهازك عن جهاز رفيقتك، وهنا نذكرك أن أي تأخرٍ أو بطءٍ في الرد قد يعيق أو يحبط نبرة الحديث الفياض بالمشاعر والأحاسيس.

القيام بخطوات بسيطة:

قد يكون الاجتماع الأول لا يزيد عن كونه مجرد حديث عادي أو أكثر بقليل، ومن ثم قد يتطور، أو لا يتطور، إلى مراسلة فورية متبادلة بين الطرفين، أما الخطوة الثانية، فهي الإيميل. تعطيك الرسائل مساحة أكبر لتعبر فيها عن نفسك ولتتعرف من خلالها على الطرف الآخر في الوقت نفسه، كما يمكنك هنا ذكر أو إضافة كل ما نسيت ذكره أثناء التشات.

استبعاد لغة الكومبيوتر من الرسائل العاطفية:

كما لاحظت من قوائم الكلمات التي يمكنك استعمالها في هذه المراسلات، لم ترد أية كلمة من مصطلحات الكومبيوتر. لأنَّهُ لا مكان للتكنولوجيا في لغة الحب بالذات، إذا استخدمت تعابيرَ خاصة من تعابير الكومبيوتر فإنك سرعان ما ستخسر اهتمام المحبوب وانجذابه إليك. إلا إذا كان محبوبك مبرمج كومبيوتر أو مهندساً. إن عبارة على شاكلة «لقد أصبحت من ضمن معطيات جهازي الرئيسية» ستزعج حتى خبراء الكومبيوتر.

مراحل التودد عبر غرف الحوار:

هنالك مرحلتان لإقامة علاقة رومانسية عبر الإنترنت، الأولى هي إيجاد الشريك المناسب والثانية هي التودد له. قد يكون هذا الأمر سهلاً جداً وقد يكون صعباً خاصة إذا كان الباحث جديداً على هذا الشيء أو إذا كان يبحث عن الشريك المناسب في المكان غير المناسب.

إيجاد الشريك المناسب في غرف الحوار:

عندما يريد أحدهم البحث عن شريك لعلاقة عاطفية، أول خيار يخطر له هو غرف الحوار. كن مستعداً لأي نوع من الأحاديث وبأي أسلوب. لأن ما يمكن أن تجده في هذه الغرف لا تتجاوز فائدته عملية المحاورة نفسها. ولكن حالما تجد غرفة تشعر بالراحة فيها، انتظر لبعض الوقت وتابع ما يدور فيها لتعرف ما الذي يقال ومن الذي يقوله.

التودد إلى الآخرين في غرف الحوار:

عندما تقرر أنه قد حان الوقت لتتودد إلى شخص ما، قم بما يلي:

١. عرف عن نفسك باختصار:

«مرحباً جميعاً! أنا جون من لندن.»

قد تحصل أو لا تحصل على رد من نوع «هاي جون»، حسب كثافة الأشخاص في الغرفة. أما إذا كنت أكثر جرأة، يمكنك أن تستخدم الأسلوب التالي:

«مرحباً أنا جون من لندن. عمري ٤٢ عاماً مطلق وعندي ولد واحد وأبحث عن علاقة دائمة. هل يوجد هنا من يهمها إقامة علاقة طويلة وجدية مع شخص ملتزم وهادئ ولطيف؟»

هنالك طريقة أخرى ناجحة، وهي أن تبحث عن شخص لديه اهتماماتك نفسها تقريباً:

هاي، أنا جيم من لندن. أبحث عن فتاة تهوى تسلق الجبال للمشاركة في رحلات معي. هل يوجد هنا من يهتم بهذا الأمر؟

تسمح لك معظم غرف الحوار المخصصة لهذا الأمر باستخدام أكثر من هوية لحمايتك نوعاً ما في حال قررت الانسحاب كي لا يطاردك الشريك الذي كنت تتحدث معه.

٢. راقب ما يدور في الغرفة لبعض الوقت لتعرف إن كان هناك من يبحث عن مغامرة عابرة للتسلية:

في معظم غرف الحوار تظهر أسماء المشاركين في الحوار على الشاشة في نافذة منفصلة. يمكنك أن تحصل على بعض المعلومات حول أي شخص يعجبك أو يهمك أمره قبل فتح أي حوار معه (ولكن تذكر أن المعلومات الموجودة عنه في موقعه قد لا تكون صحيحة بالضرورة).

٣. أجب على الأسئلة الموجهة إليك إن أمكنك هذا:

أعط بعض الاهتمام للأسئلة الموجهة إليك من أشخاص يعجبك ما تجده عنهم من معلومات على موقعهم أو الذين يعجبك حديثهم. قد تستطيع مع مثل هؤلاء الأشخاص أن تفتح حديثاً يقودكما شيئاً فشيئاً إلى حوار أكثر عمقاً يمكن أن تتابعاه في غرفة خاصة بكما.

على من يدل اسم جو؟ على جوزيف أم جوزفين؟

إذا كنت تبحث عن علاقة خاصة، من الأفضل أن تذكر اسماً واضحاً يدل على جنسك. حاول قدر الإمكان الابتعاد عن الأسماء المختصرة التي يمكن أن تدل على الجنسين (مثل «جان» الذي قد يدل على رجل أو امرأة اسمها «جانيت»)، أو الرموز التي لا تدل على جنس المتكلم (مثل LK2e3228).

٤. إذا شعرت بأنه من الممكن استمرار الحوار مع شخص ما، اقترح عليه الانتقال لطريقة المراسلة الفورية:

وقد يقترح عليك الطرف الآخر القيام بهذا. تسمح لك طريقة IM باستعمال غرفة خاصة بعيداً عن الآخرين. ولكن انتبه! قد يريد أحدهم التحدث معك على انفراد في مواضيع جنسية لا رومانسية، هنا يمكنك رفض الاستمرار بالحديث أو الانتقال إلى غرفة خاصة.

دعوة لمتابعة الحوار في غرفة خاصة:

إن الغرف الخاصة أفضل مكان لمتابعة حوار رومانسي، ولكن قد يتردد الشريك في دخولها. لتشجعه على ذلك، أظهر نوعاً من الشفافية واللباقة في أسلوبك، وإذا كان رده «لا» احترم هذا. أما إذا كان رده «نعم» فيمكنك الاستفادة من المثال التالي حيث يدعو كين إليزابيث إلى حوار خاص:

كين: أرغب في معرفة المزيد عنك. هل نستطيع التحدث على انفراد كي لا تقاطع حديثنا الرسائل الكثيرة التي تظهر هنا؟

إليزابيث: ليس لدي مانع، ولكنني لا أعرف كيف أقوم بهذا.

كين: هذا سهل. اضغطي فقط على نافذة {غرفة خاصة} سأقوم أنا بفتح غرفة باسم غرفة كين/ kensroom/. في المربع الذي يظهر لديك اكتبي هذا الاسم ثم اضغطي على {موافق}.

إليزابيث: حسناً.

كين: إليزابيث، هل أنت هنا؟

إليزابيث: هاي كين، لقد كان هذا أسهل مما تصورت.

كين: والآن لنتابع حديثنا الذي كنا قد بدأناه.....

٥. تبادلا عنوانيكما على الشبكة:

إذا وجدت بعد جلسة طويلة مع أحدهم أنك ما زلت مهتماً بشخصه، لا تتردد في طلب عنوان بريده الإلكتروني لمراسلته. يمكنك أيضاً طلب صورته وإرسال صورتك بالمقابل. ولكن، حاذر أن تعطيه عنوانك الحقيقي حتى تعرف ما يكفي عن هذا الشخص.

أماكن اجتماع أخرى غير غرف الحوار:

هنالك أماكن أخرى للقاء شريك مناسب عبْرَ غرف الحوار. نذكر منها أولاً المنتديات العامة المختلفة والتي يناقش كل منها موضوعاً خاصاً. يمكنك حضور المنتدى الذي يناسب اهتماماتك، حيث ستجتمع بأشخاص من «نوعية» خاصة لا تجدهم عادة في غرف الحوار.

أيضاً هنالك النوادي المختلفة والمتنوعة التي تنتشر على الشبكات، كتلك التي نجدها على AOL مثلاً. قد تجد ان بعض هذه النوادي لا تختلف كثيراً عن غرف الحوار العادية من حيث المواضيع التي تناقش فيها، إلا أن نسبة كبيرة منها تدار من قبل أشخاص جديين ورزينين، وهم إما يبحثون عن حل لمشكلة ما أو يقدمون نصيحة ما أو أنهم يبحثون عن صداقة حميمة.

مكان ثالث قد يكون مناسباً للاجتماع بأحدهم، هو مجموعات نشرات الأنباء. قد تلتقط خيطاً من خيوط المواضيع المطروحة وتقوم بالرد على سؤال مطروح حول ذلك الموضوع ولكن في رسالة شخصية خاصة. وهنا، قد تنجح في إقامة حوار مع أحدهم، وبالمقابل قد تكتب لعدة شهور دون أن تلقى الرد. إليك نموذجاً عن هذا الأمر:

«رأيت إعلانك حول الأفاعي ورغبت في الرد عليك بصورة شخصية، لأنه يبدو أن لنا اهتماماً مشتركاً بالزواحف. لقد قدمت عدة أبحاث حول هذا الموضوع وانا مهتم بالدراسة التي تقومين بها في هذا المجال...»

حب أكثر من الذي تبحث عنه:

عندما تجيب على رسالة قادمة من عنوان واعد، غرفة حوار خاصة بالعزاب مثلاً، كن مستعداً لمواجهة أكثر مما راهنت عليه. قد تقودك بعض الاتصالات إلى مواقع خاصة بالكتابات والصور الخلاعية، أو إلى أشخاص يبحثون عن أشخاص يقومون بأنشطة من نوع معين لا تهمك، على كل حال لا تيأس، وتابع البحث عن مواقع ذات نوعية مميزة.

شبكة الويب مكان مميز للقاء رومانسي:

هنا أيضاً تقدم لك شبكة الويب خدمات مميزة فيما يتعلق بإقامة علاقة رومانسية، حيث تقدم لك بعض المواقع المجانية وغير المجانية أوصافاً صحيحة

وصوراً لقوائم لا تنتهي من الناس. ما يهمك في الأمر أن المعلومات المقدمة حول أولئك الأشخاص صحيحة وأمينة.

بالطبع، فإن المواقع التي تتقاضى أتعاباً تقدم خدمات أفضل.فقد تجد معلومات غنية وعميقة عن شخصية الشخص الذي يهمك، ما يحب وما يكره، بالإضافة إلى صورة عنه.

هنالك وسطاء زواج أيضاً، وتعد خدماتهم من أغلى الخدمات المقدمة على الشبكة. وهنا نقترح عليك التأكد جيداً من الوسيط الذي تتعامل معه قبل التورط في دفع أي مبلغ من المال، واحذر خاصة عندما تكون طريقة الدفع التي تعتمدها أوتوماتيكية شهرياً عن طريق بطاقتك المصرفية.

أخيراً لا بد أن نلفت نظرك إلى التعامل مع مواقع يتم تحديثها باستمرار، وإلا فإنك ستجد نفسك يوماً تتحدث مع أحد الأزواج الجدد الذي كان قد وضع إعلانه مرة في السابق.

كتابة إعلانك الخاص بك (نبذة شخصية):

إن كتابة لمحة عنك من أجل وضعها في إعلان ليست بالمهمة السهلة؛ إذ كيف يمكنك في بضعة كلمات أو سطور أن تجعل إعلانك يبرز بين باقي الإعلانات، خاصة في حالة المواقع التي تحاسبك على الكلمة. على كلٍ، يبقى الإعلان عن طريق شبكة الإنترنت أقل تكلفة من الإعلانات المماثلة في الصحف، حيث إنَّ بعض الشبكات التي تقدم لك هذه الخدمات تعاملك بطريقة أكرم من ناحية عدد الأسطر بإضافة إلى وضع صورتك وعدم تقاضي أية أتعاب إضافية على كتابة راسية الإعلان بأحرف مطبعية ثخينة سوداء.

والآن، قبل البدء بكتابة الإعلان، عليك أن تختار الموقع الجيد الذي يتناسب مع اهتماماتك ومع المواصفات التي تطلبها، إذ ليس من المعقول أن تنشر إعلانك في

موقع متخصص بكبار السن من العزاب بينما أنت في العشرينيات من عمرك. ونذكرك ثانية بالتعامل مع المواقع التي يتم تحديثها باستمرار.

ملاحظات حول كتابة الإعلان:

في هذا الإعلان الصغير، عليك أن تحاول إبراز ما تتمتع به من مزايا. على سبيل المثال، حاول أن تبدي شيئاً من خفة الظل في أسلوبك بدلاً من قول «أنا خفيف الظل». اختر كلمات شيقة، وبناءً جيداً للإعلان، وإخراجاً جذاباً وخلاقاً وملوناً. إليك هنا بعض الأفكار المفيدة لإخراج إعلانك بالشكل الأمثل:

- حاول أن تظهر أفضل ما عندك:

إذا لم تكن الكتابة من أفضل مهاراتك، استعن بصديق ماهر في الكتابة، أو على الأقل اطلب من أحد أصدقائك (ويفضل أن يكون من جنس الشخص الذي ترغب في مراسلته) قراءة الإعلان قبل نشره وإبداء أية ملاحظات.

- كن خلاقاً:

إن الإعلان الجيد يجب أن يكون بليغاً ويعكس روحك وشخصيتك ببراعة. هذا لا يعني أن يكون الإعلان مباشراً ومملاً. لذا استخدم كلمات قوية وشاعرية في الوقت نفسه لوصف نفسك. وإذا كنت تستطيع، حاول كتابته على شكل أبيات شعرية أو نثرية ولكن دون المبالغة في ذلك.

- قل عن نفسك ما يريد الآخرون معرفته عنك:

انظر في ما يهمك أنت قراءته أو بالأحرى معرفته من إعلانات غيرك وقم بالمثل: أي اكتب سنك وعملك وعدد أولادك - إن كان لديك أولاد-. هواياتك واهتماماتك....الخ.

- كن واضحاً ومحدداً ومعقولاً:

أي حدد مواصفات الشخص الذي تريد مراسلته حتى لا يمتلئ صندوقك البريدي برسائل من أشخاص غير مناسبين. فإذا كنت رجلاً في الثانية والأربعين من العمر لا تكتب «أرغب بمراسلة آنسة أو سيدة فوق الخامسة والثلاثين من عمرها» حتى لا تردك رسائل من نساء بين الخامسة والثلاثين والخامسة والخمسين من العمر. يستحسن هنا أن تكتب «أرغب في مراسلة آنسة بين الخامسة والثلاثين والأربعين من عمرها».

- دع الآخرين يعرفون المزيد عنك:

حاول أن تتكلم عن نفسك أولاً قبل وضع مواصفات الشخص الذي تود مراسلته. وحاول أن لا تذكر المواصفات المطلوبة بشكل قائمة، لأن هذا الأسلوب سيجعلك تبدو مغروراً.

- اذكر بعض المعلومات عنك التي تغني شخصيتك:

حاول قدر الإمكان ذكر معلومات عنك تميزك عن غيرك وتغري القارئ بالاتصال بك. لا تقل مثلاً «أحب مشاهدة الأفلام السينمائية ورياضة المشي» لأن ملايين الناس هم كذلك أيضاً، وإنما قل «أحب المشي في الغابات بعد هطول المطر. ومتابعة أحدث الأفلام في أول عروضها» لأنك بهذا الأسلوب ستميز إعلانك عن باقي الإعلانات.

- تجنب الاختصارات قدر الإمكان:

إذا لم يكن الإعلان مأجوراً بالكلمة، تجنب استعمال الاختصارات. إن مثل هذا الأسلوب قد يخذل القارئ أو يشعره بنوع من اللامبالاة من قبلك. فعلى سبيل المثال، قد لا يعرف الكثيرون أن ISF تعني Is Searching For أي «يبحث عن».

- كن أميناً في المعلومات التي تذكرها عن نفسك والتي تطلبها في الشريك:

عندما تصف نفسك تخيل ذلك في عيون الآخرين ممن يعرفونك، وحدد بالضبط ما الذي تبحث عنه في العلاقة. نصيحة أخيرة نقدمها لك في هذا المجال هي أن تتمعن في أسلوب وكلمات كل ما تجده من إعلانات على المواقع المختلفة قبل أن تقوم بكتابة إعلانك الخاص.

ماهو المكان الأمثل لنشر إعلانك:

ليس المهم فقط الكلمات التي تختارها في إعلانك وإنما المكان الذي تضع هذا الإعلان فيه. لذلك عليك عند اختيار العنوان أن تنظر في:

- موقع يعرض إعلانات لأشخاص ليسوا بعيدين عن طبيعتك ومستواك.
- متطلبات الإعلان من أجور وعضوية.
- المواضيع التي يعرضها الموقع بالإضافة إلى الإعلانات.
- الخدمات الإضافية التي يمكن أن يقدمها الموقع.
- إذا كان عليك دفع مبلغ أكبر للموقع الذي اخترته. عليك على الأقل أن تأخذ تعهداً من مالكي الموقع بعرض عنوانك على الأشخاص الذين يهمك التعامل مع أمثالهم فقط.

الثمن الذي يمكن أن تدفعه مقابل حصولك على لحظات رومانسية:

من الشائع أن تقوم المواقع المجانية والمأجورة ببيع بعض المعلومات الخاصة عنك والتي يأخذونها منك، مع أن بعض المواقع تؤكد أنها لا تقوم بذلك. لذا عليك الحذر، لأن ثمن الحب الذي تبحث عنه قد يكون تعرض صندوقك البريدي للقرصنة أو امتلائه برسائل مقرفة مما سيضطرك في النهاية لتغيير عنوانك.

ماهو الطول المناسب للإعلان:

نموذج عن إعلان قصير:

س.ب.م. يبحث عن شريك للارتباط

س.ب.م. (أرمل) حوالي الأربعين عاماً وضعه المادي جيد، يبحث عن شريكة تهوى السفر إلى الجزر الاستوائية. العمر لا يهم وكذلك الوزن. يفضل أن تكون متوازنة وذكية وجذابة. على من ترغب الرجاء الرد على العنوان التالي: match-maker@home.com/personals/kevinc الذي سيرد على كافة استفساراتكم.

نموذج عن إعلان أطول:

شاب أرمل يبحث عن علاقة جديدة:

ارمل (٤٤) عاماً وحيد منذ عام يبحث عن إنسانة تقدس الحياة الزوجية حوالي الأربعين من عمرها. ناضج، جريء، لا أدخن، أحب السفر والاستجمام على الشواطئ الاستوائية. مرتاح من الناحية المادية وأعمل في القطاع الحكومي. أبحث عن سيدة تشاطرني الاهتمامات نفسها. أرجو إرسال صورة. أفضلها غير مدخنة. مستعد للإجابة على كافة الأسئلة. الاتصال بي عن طريق الوسيط وعنوانه

matchmaker@home.com/personals/kevinc .

نموذج عن إعلان شخصي طويل:

يائس يبحث عن شريكة مناسبة بعد عام من الوحدة:

رجل أرمل /٤٤/ عاماً، وحيد منذ عام يبحث عن علاقة زوجية دائمة مع سيدة بين /٤٠-٤٥/ عاماً وتقدس الحياة الزوجية. يرغب أن تكون ناضجة ومتزنة، تحب السهر في المدينة وتحب في الوقت نفسه السهر في المنزل قرب الموقد لقراءة كتاب. عنده ولدان. لا مانع إن كان لها أولاد لأنه مشتاق لجو الأسرة الذي فقده. يحتاج

لرفيقة وصديقة وحبيبة، تحب الحياة وتعرف كيف تعيشها . ناضج، جريء وغير مدخن ويعشق السفر إلى الجزر الاستوائية والاسترخاء على شواطئها . يهوى التصوير ومشاهدة أفلام السينما . المستوى المادي جيد ويعمل في قطاع الحكومة. الرجاء إرسال صورة، يفضلها نحيلة وغير ضخمة، ولكن ليس من الضروري أن تكون رائعة الجمال من الخارج، وإنما جميلة من الداخل. يستحسن أن تكون غير مدخنة. مستعد للإجابة على جميع الأسئلة. الاتصال عن طريق الوسيط وعنوانه

. matchmaker@home.com/personals/kevnic

الصورة:

إذا كان الموقع يسمح لك بوضع صورتك لا تتردد في إرسالها، لأن الصورة تسهل عملية التعارف أثناء الموعد الأول. أرسل صورة جيدة لك تبدو فيها طبيعياً وغير متكلف، بثياب بسيطة وأنيقة في الوقت نفسه ولكن غير رسمية حتى تظهر كما أنت على طبيعتك قدر الإمكان. تجنب إرسال صورة قديمة لك، حتى لا يتفاجأ من تراسله عندما يراك.

أرسل الصورة بحسب الحجم الذي يسمح به الموقع. إذا لم تعرف كيفية إرسالها، اسأل أحد أصدقائك أو مشغّل الموقع، ولا تنس أن تطلب منه عرض صورتك بشكل واضح.

الخطوات اللازمة لتصميم إعلان جيد ورومانسي:

يجب أن يحقق إعلانك هدفين: الأول هو التحدث عنك عن مواصفاتك بطريقة تحمس القارئ على الاتصال بك، والثاني هو ذكر مواصفات الشريك المرغوبة بدقة بحيث لا يتصل بك كل من هب ودب وإنما الشخص المناسب فعلاً الذي ترغب بالاتصال به. لذلك يجب أن يحتوي عنوانك على:

■ عنوان مناسب (أرمل باحث عن الحب في ميريلاند).

■ أوصافك الرئيسية (٢٨ سنة، أشقر، العينان زرقاوان).

■ وصف نفسك واهتماماتك الرئيسية (أستمتع بالسير تحت المطر في الغابات، أعشق طعام المطبخ الفرنسي).

■ أوصاف الشخص الذي تريد الارتباط به (من ٢٠-٢٥ سنة، متعلمة، مرحة، ليس لديها من تعيلهم، غير مدخنة).

■ معلومات حول الاتصال بك (إما مباشرة على عنوانك أو عن طريق نظام الموقع).

■ قائمة بأوصافك المميزة أو الأوصاف التي تميز الشريك الذي ترغب بالاتصال به.

■ مكان لائق لعرض إعلانك.

والآن، كي تستطيع متابعة مهمتك بنجاح، أجب على الأسئلة التالية:

- ما الذي يجعلني متميزاً عن الآخرين؟

◆ مثال: أحب أن أخلو إلى نفسي لبعض الوقت.

- ما الذي يجعلني أبدو غير متميز عن الآخرين؟

◆ مثال: أنا من معجبي فريق الليكرز لكرة السلة.

- ما الذي أبحث عنه في الشخص الذي يشبهني وأريد الارتباط به؟

◆ مثال: أريد شخصاً يحترم رغبتي في قضاء بعض الوقت وحدي.

- ما الذي أبحث عنه في الشخص الذي أريده ولكنه لا يشبهني؟

◆ مثال: أريد شخصاً مرحاً ومشرقاً ليساعدني على اجتياز الأوقات الصعبة التي قد أمر بها.

الآن يمكنك كتابة إعلانك اعتماداً على إجاباتك السابقة. ابدأ بالعنوان الذي يجب أن يبدو جذاباً، مثل: «إحدى معجبات فريق الليكرز تبحث عن الحب». ثم قم بكتابة نص الإعلان حسب الخطوات المذكورة أعلاه. بعد الانتهاء من كتابته، قم بمراجعته وبتعديل ما يلزم تعديله، اترك الإعلان ليوم أو اثنين، ثم عد لقراءته لترى وقعه في نفس القارئ، ويمكنك استشارة أحد أصدقائك ممن تثق برأيه. ثم قم بطباعة الإعلان وإرساله.

تحديد موقع على شبكة الويب عليه مزيد من المعلومات عنك:

يمكنك استخدام الموقع لتضفي انطباعاً شخصياً خاصاً من خلال المعلومات والصور التي ترسلها عنك، والتي تستطيع وضعها في صفحة خاصة بك.

كتابة الإيميل الرومانسي الأول:

يجب أن يخبر الإيميل الأول الذي ترسله إلى الشخص الذي اخترته عنك وأن يجيب عن كل التساؤلات البارزة التي قد يرغب ذلك الشخص بمعرفتها. ولكن عليك التأكد أولاً من أن ذلك الشخص يريد فعلاً تلك المعلومات قبل أن ترسل له رسالة طويلة من ألف كلمة. أما إذا كان لديك أسئلة عن الطرف الآخر، فاكتبها في نهاية الرسالة حتى لا يهمل بالخطأ الإجابة على أي منها عند رده على رسالتك.

إليك هذه الخطوات الخمس التي تساعدك في تأليف رسالتك:

١- **أعد تقديم نفسك:** يجب أن تذكر الطرف الأخر في رسالتك باسمك وببعض أوصافك أو بالموقع الذي تقابلتما عليه حتى يستطيع تمييزك عن غيرك في حال اتصال أشخاص آخرون به للهدف نفسه.

٢- **حدد قائمة بالأشياء الهامة عنك:** فكر في الأمور الهامة بالنسبة لك والتي تريد أن يشاركك فيها الطرف الأخر. أما إذا كنت قد ذكرت هذه الأمور في

الإعـلان أو في غـرفـة الحـوار. يكفي هنـا إذاً أن تذكـر بـعض النقـاط الرئيـسيـة عنها.

٣- **اكتب قائمة بالمعلومات التي عرفتها عن الطرف الآخر:** وحدد الأشياء التي تهمك من تلك المعلومات عنه.

٤- **حدد من سياق تلك المعلومات قائمة أقصر بالأشياء التي لا تعجبك:** كأن تلفت نظره مثلاً إلى أنك لا تحب سماع حديثه عن شريك سابق.

٥- **اكتب رسالتك من تجميع القوائم التي حددتها أعلاه.**

والآن، وقد انتهيت من كتابتها، أعد قراءتها ثانية وعدل ما يحتاج إلى تعديل، اطبعها بعناية ثم أرسلها.

تذكر أن الكلام عبر الشبكة غير مكلف:

كي تستطيع أن تحظى بعلاقة عاطفية ناجحة عبر شبكة الإنترنت يتطلب الأمر إستراتيجية خاصة تجمع بين التوقيت الجيد والشخصية المتميزة والحظ الجيد أيضاً. هنالك عدد كبير جداً من الأشخاص الباحثين عن الحب على الكرة الأرضية عبر الشبكة. والآن، مع ما تعلمته في هذا الفصل من نصائح، أصبح بإمكانك أنت أيضاً إيجاد الشخص المناسب بسهولة. نتمنى لك حظاً طيباً في هذا الخصوص. ولنتذكر معاً أغنية فريق البيتلز الشهيرة «كل ما تحتاجه هو الحب».



١. عندما يردك إيميل من أحد العملاء يستفسر حول معلومات عرضتها عليه عن شركتك أو منتجك، ما مدى سرعة ردك على هذا العميل برسالة شخصية لا عن طريق الرد الأوتوماتيكي؟

- في يوم العمل نفسه (٣ نقاط).
- في اليوم التالي (نقطتان).
- بعدها بمدة طويلة أو لا ترد بالمرة (صفر).

٢. كيف تحيي عميلك في رسالة الإيميل؟

- لا تحييه بالمرة «السعر هو...» (صفر).
- بشكل غير رسمي «عزيزي جيم» (نقطة واحدة).
- بشكل عام «تحياتي» (نقطتان).
- بشكل رسمي «عزيزي السيد جيم» (٣ نقاط).

٣. كيف توقع رسالتك الموجهة إلى العميل؟

- بشكل عام، مثل: قسم الخدمات في شركة أوميغا (نقطة واحدة).
- بذكر اسمك (نقطتان).
- بذكر اسمك ورقم هاتفك (٣ نقاط).

٤. ماهي نسبة رسائل الشركة المرسلة إلى العملاء عبر البريد الإلكتروني والخالية من الأخطاء الكتابية واللغوية والإنشائية؟

- ١٠٠٪ (٣ نقاط).
- كل ما هو أقل من هذه النسبة (صفر).

٥. متى كانت آخر مرة قمت فيها بتحديث صفحة على موقع شبكة الويب الخاص بك؟

- هذا الأسبوع (ثلاث نقاط).
- الشهر الماضي (نقطة واحدة).
- قبل ذلك (صفر).

٦ . أين يظهر عنوان شركتك ورقم هاتفها على صفحة موقع الويب؟

- على الصفحة الرئيسية وعلى صفحة الاتصال (ثلاث نقاط).
- على صفحة الاتصال فقط (نقطتان).
- لا يظهر (صفر).

٧ . إذا دعت الحاجة لتخصيص موقع للزوار والعملاء على شبكة الويب من أجل الحصول على معلومات عامة من خلال تعبئة استمارة أو طلب خاص، ما عدد الحقول التي يتوجب عليهم تعبئتها؟

- خمسة حقول أو أقل: الاسم، المركز، المؤسسة، الرمز البريدي (ثلاث نقط).
- ستة أو سبعة حقول: رقم الهاتف وعنوان المنزل إضافة إلى ما سبق (نقطة واحدة).
- أي عدد أكبر من ذلك (صفر).

٨. ما مدى الضجة الموجودة على الصفحة الخاصة بالزبون على الويب؟

أعط نفسك ثلاث نقاط إذا لم يوجد على صفحتك أي من الأشياء المذكورة أدناه.

أعط لنفسك نقطتين إذا وجد واحد أو اثنين من هذه الأشياء.

أعط لنفسك صفراً إذا وجد أكثر من ذلك.

- عناوين إعلانات مكتوبة بخط كبير.
- جوائز الموقع.
- أخبار، اسعار الأسهم، أو أنباء الطقس.
- رسوم وموسيقى.
- صور جذابة (لا معنى لها) للتزيين.
- توصيلات بمستعرض التحميل.
- وصلات لتحميل موسيقى.

٩. متى ترسل إلى زبون قمت ببيعه بضاعة رسالة شكر على تعامله معك تسأله فيها إن كان مسروراً من نوعية البضاعة ومن التعامل معك؟

- خلال أسبوع (ثلاث نقط).
- خلال أسبوعين (نقطتان).
- بعد ذلك (صفر).

١٠. هل لديك ميزة في برنامج الإيميل الذي تستخدمه من أجل نشرات دورية إلى العملاء لإطلاعهم على أحدث التطورات في مجال العمل والمنتج الذي تقدمه؟ إذا كان الجواب نعم، فما هي المدة بين إرسال نشرة وأخرى؟

- نعم، نشرة كل شهر (ثلاث نقط).
- نعم، من نشرتين إلى ست نشرات في السنة (نقطتان).
- نعم، بمعدل نشرتين إلى ثلاث نشرات شهرياً (نقطة واحدة).
- نعم، بمعدل نشرة أو أكثر في الأسبوع (صفر).
- لا (صفر).

١١. هل تنتهي رسائلك الاعتيادية إلى الزبائن بالسطر التالي «الرجاء عدم الرد على هذا الإيميل»؟

- لا (صفر).
- نعم (ناقص ٣ نقاط من مجموع علاماتك).

نتيجة الاختبار:

من ٢٥-٣٠ نقطة: نهنئك فأنت «معلّم» في عملية الاتصال بالزبائن عبر الإنترنت.

من ٢٠-٢٤ نقطة: أنت جيد في هذا المجال. حاول أن تصل إلى درجة الكمال.

من ١٠-١٩ نقطة: أنت لست بارعاً ولكن أمامك فرصة للتقدم في هذا المجال من خلال التركيز على بعض الأمور الهامة كالرد على رسالة الزبون في الوقت المناسب واعتماد أسلوب لطيف في الكتابة بالإضافة إلى التقيّد بالتحدث في رسالتك عن الأمور التي تهم الزبون فقط.

من ٠-٩ نقاط: إن مستوى أسلوبك في العمل والاتصال بحاجة إلى إعادة النظر فيه مع التركيز على احتياجات الزبون في الدرجة الأولى.

إذا كان مجموع النقاط التي حصلت عليها أقل من عشرة فيجب أن تعلم أن العملاء بحاجة لأن يستلموا منك رداً فورياً على استفساراتهم عبر البريد الإلكتروني. إذا لم يكن لديك الجواب اللازم على الفور، عليك إخبارهم بأنك تقوم بعمل ما يلزم وأنك ستتصل بهم بعد فترة معينة لإعطائهم الجواب الدقيق.

نقطة أخرى هامة هنا هي عدم نسيان شكر العميل على تعامله معك وشرائه من بضاعتك، فالناس يحبون التقدير عادة. ويفضل هنا أن تقوم بإرسال رسالة إيميل شخصية إلى العميل باسمه (إذا كنت تستخدم ميزة الرد الأوتوماتيكي في برنامج الإيميل الذي تعتمده، يمكنك برمجة الرسالة لتصبح شخصية وذلك بإدراج اسم العميل وعنوانه فيها).

إذا كان لديك موقع على الويب لمتابعة أعمالك (يستحسن أن يكون لديك). تذكر هنا الأمرين الأكثر أهمية بالنسبة للمتبحرين على شبكة الويب: الوقت والخصوصية. لذا فإنك إذا ألححت على زوار موقعك بعرض ما لديك دون الاكتراث بتوقيت ذلك أو بمدى تطفله على خصوصية الزوار، فإنك بالتأكيد تعرض نفسك لخسارة زبون محتمل عوضاً عن جذبه.

تأكد من تمكن العملاء الاتصال بك بسهولة عبر البريد الإلكتروني والهاتف أيضاً. إن من الأمور المدهشة حقاً أن تعرف أن عدداً كبيراً من الشركات لا يذكرون معلومات كافية على صفحات الويب حول كيفية الاتصال بهم. إن هذا الإهمال لن يقودك بالتأكيد إلى القيام بعمل جيد.

استخدام خدمات الانترنت للإعلان عن منتجك:

هنالك عدة طرق للاتصال بالزبائن عبر الشبكة، أهمها عبر موقعك على الويب التي سنتحدث عنه في فصل لاحق. بالإضافة إلى خدمات الأنباء وغرف الحوار ومواقع المعلومات العامة التي تتضمن برامج وتقارير «مجانية» للإعلان عن السلع المختلفة.

إن عملية تسويق مختلف المنتجات عبر شبكة الويب (المجانية غالباً) تتم بعدة طرق: كتقديم إعلان تجاري مميز (مجاني في أغلب الأحيان)، أو رسالة إيميل دعائية مباشرة، بالإضافة إلى الإعلانات الصوتية التي تعرض على مواقع نشرات الأنباء وبرامج غرف الحوار التي تتصل بالزبائن.

- استخدام مواقع نشرات الأخبار كأقنية دعائية:

كما ذكرنا سابقاً في الفصل الخامس، فإن مجموعات الأنباء هي مواقع مخصصة لنشرات الأخبار، يجتمع فيها أشخاص لهم الاهتمامات نفسها ليدلوا بآرائهم حول آخر التطورات الحاصلة ويتناقشوا فيها. إن هذه المواقع تبحث عادة في مواضيع محددة ومازالت حتى هذه اللحظة تعتمد على طريقة النص الذي يقدم المعلومات وتظهر معه إعلانات بالإضافة إلى أسئلة يتم الإجابة عليها.

بعض مواقع الأخبار تقبل بعرض إعلانات كاملة مع النشرة عن بعض السلع وبعضها لا. ولكن إذا كنت ممن يزودون الأخبار باستمرار بمعلوماتك وتضع اسمك الكامل وعنوانك، يمكنها عندها عرض إعلاناتك دون إبعاد القارئ عن الموضوع.

كيف تشارك في مواقع الأنباء؟ هنالك آلاف المواقع المخصصة لهذا، لذا عليك أن تعرف كيف تختار قبل الانضمام إلى أي منها، إن معظم مؤسسات خدمة الإنترنت تقدم برنامجاً خاصاً بالأخبار من ضمن خدماتها.

- بعض الإعلانات الخاصة:

تشبه مجموعات الاهتمامات الخاصة SIGS (Special interest groups) مجموعات الأنباء، إلا أنها تظهر فقط للمشتركين بالشبكات التي تقدم خدمة الإعلانات التجارية مثل أميركا أون لاين وشبكة مايكروسوفت. هذه الشبكات تقدم خدمات من خلال غرف الحوار ونشرات الأخبار لعرض إعلانات لها علاقة بالمواضيع المطروحة. فإذا كنت من خبراء مستخدمي هذه المجموعة (في أي مجال)، يمكنك الترويج للسلعة التي تهمك مقابل تقديم المساعدة لأعضاء المجموعة.

إننا نسوق كتابنا «من فكرة كتاب إلى أفضل المبيعات» -From Book Idea to Best Seller، ١٩٩٧ - مقابل تقديم نصحنا ومساعدتنا مجاناً للكتاب الجدد على موقع Writers SIG على شبكة اميركا اون لاين. إننا نبيع يومياً نسختين او ثلاثاً على الأقل من الكتاب المذكور. وبتقديراتنا أن بيع تلك النسخ يسهل لنا بيع نسخ إضافية.

- رسائل الإيميل الدعائية التي تحتاج لإذن خاص:

ليست كل رسائل البريد الإلكتروني التي تروج لسلع مختلفة سيئة وليس كل المروجين لبضائعهم عبر البريد الإلكتروني قراصنة. هنالك نوع من الرسائل المرخصة (بإذن خاص) الجيدة والخالية من القرصنة من أجل الترويج لعملك أو لمنتجك دعائياً.

يمكن للإيميل المرخص أن يتألف من رسالة أخبار دورية أو من إعلانات عن منتجات جديدة مع عروض خاصة. إحدى الشركات التي تسمح لك بإعلان مجاني خال من القرصنة عن طريق الإيميل هي شركة ديجيتال وركس DigitalWorks. يمكنك الاتصال بها على الرمز البريدي التالي: http://www.digitalwork.com. هنالك بالطبع العديد من الشركات التي تقدم خدمات مماثلة يمكنك التعرف عليها إذا قمت بالبحث عن -التسويق عبر الإيميل-.

على هذه النوعية من الإيميلات الدعائية المرخصة أن تتبع كل قواعد السلوك المفروضة الخاصة بالشبكات وأسلوب الاتصال الرسمي، إي يجب أن تخاطب الزبون باسمه ولقبه (مركزه العملي) وأن تكون مذيلة باسم المرسل أو المعلن.

أما أهم قاعدة هنا هي أن ترسل إعلانك إلى الأشخاص المهتمين فعلاً بنوعية منتجك والمستعدين لشرائه. لا ترسل إيميلك الدعائي إلى كل شخص على الشبكة. مع أن بعض البرامج تسهّل لك هذا، كل ما عليك القيام به من أجل الوصول إلى هدفك في تسويق منتجك هو تجميع قائمة جيدة للمراسلة (بأسماء الأشخاص الذين يهمك التعامل معهم) بالإضافة إلى إيميل دعائي مكتوب جيداً.

إن «التحايل» على القراء من أجل تقديم «إيميل إعلاني مغْرٍ» يساعدك نوعاً ما في تسويق منتجك إلا إذا كان هذا المنتج من النوع الذي لا يقاوم. هنالك عدة مواقع تساعدك في هذا مثل PostMaster Direct Response (www.postmasterDirect.com) و Targ-it.com (www.targ-it.com) التي تقدم خدمات إعلانية عبر قوائم المراسلة للأشخاص الذين يبدون رغبتهم في تلقي الإعلانات التي تدور حول المواضيع أو المنتجات التي تهمهم. وبالطبع هنالك شركات أخرى غير المذكورة. ويمكنك من أجل التعرف عليها البحث في «قوائم المراسلة عبر البريد الإلكتروني email lists».

٣ كتابة أيميل مبيعات:

تشريح الإيميل:

هل تساءلت مرة عما يلفت انتباه قارئ الإيميل؟ إن معرفة جواب هذا السؤال يسهل عليك عملية تقديم عرضك. إليك هنا الترتيب الذي يتبعه القارئ عند الإطلاع على الرسالة التي ترده:

١. الترويسة.
٢. أية صورة أو رسم.
٣. أي عنوان فرعي كبير.

٤. الخط المعتمد في الرسالة.

٥. ترتيب المعروضات.

٦. اخيراً نص الإيميل.

في معظم الأحيان يقوم الزبون بطلب البضاعة التي يشاهد إعلانها عبر إيميل دعائي بدون أن يقرأ نص الإيميل، مما يعني أن عليك التركيز على العناصر المذكورة أعلاه.

إن عملية التسويق عبر الإيميل عبارة عن تسويق مباشر لذا يجب أن تخضع لكل قواعد التسويق المباشر. إليك هنا بعض القواعد الهامة التي عليك إتباعها عند اختيارك للبريد الإلكتروني كقناة دعائية لمنتجاتك من خلال كتابة رسالة مبيعات:

١. **قطّع الرسالة الإعلانية إلى فقرات قصيرة**: إن جملة واحدة يمكن أن تكون أقوى تأثيراً من رسالة كاملة.

٢. **استخدم عدة عناوين رئيسية وعناوين مساعدة**: ولكن انتبه من عدم الإفراط في ذلك بحيث تبدو رسالتك سخيفة.

٣. **استخدم إشارات وأرقاماً ومستعرضات لتقطيع الإعلان**: واستخدم كذلك مسافات بيضاء كثيرة بين عبارات الرسالة لتسهل على القارئ مهمته.

٤. **استخدم الأسهم (->) والمربعات والتلوين والتظليل والأحرف الغامقة والكبيرة والمائلة وعلامات الترقيم**: ولكن انتبه لاستخدام كل هذا بخفة وبرشاقة، لا أن تستخدمها بطريقة تصفع القارئ بما تقدمه من ألوان وعناصر متباينة.

٥. **قدم عرضاً خاصاً أو هدية مجانية مع إعلانك للزبون عند شرائه من منتجك**: إن هذه الإغراءات تسر الزبون وتشجعه على التعامل معك مهما كانت بساطة الهدية أو عرضك بتخفيض الثمن بسيطاً. يقول خبير كتابة الإعلانات

مارلون ساندرز إن هذا الخطوة تشبه تقديم «قروش للحصول على دولارات»، لأن ما تدفعه لتشجيع الزبون على شراء سلعتك أقل بكثير من القيمة الفعلية التي تجنيها.

٦. **التأكيد على كلمة «مجاناً» كلما دعت الحاجة لذلك:** إن لهذه الكلمة مفعول سحري في التسويق المباشر لأية بضاعة.

٧. **إذا اخترت استعمال صور ورسوم عوضاً عن النص:** حاول استخدام الصور التي يستطيع جهاز القارئ تحميلها بسرعة لدعم هدف رسالتك.

٨. **قدم إثباتات تدعم إعلانك إن استطعت:** إذا لم يتوفر لديك ذلك، حاول الحصول على شهادة بعض الزبائن بسلعتك.

٩. **حث الزبون على التصرف بسرعة:** حدد وقتاً لانتهاء عرضك التشجيعي الذي تقدمه مع إعلانك. إن معظم الشركات تجعل العرض التشجيعي سارياً لعدة أيام فقط ابتداءً من عرض الإعلان.

١٠. **خاطب حاجات الزبون ورغباته:** كلما عرفت الزبون الذي تتوجه له بإعلانك، كلما حققت نجاحاً أكبر في تحقيق هدفك.

إعلانات الشبكة المبوبة:

يوجد آلاف المواقع التجارية و الخاصة على الشبكة التي يمكنك عرض إعلانك مجاناً عليها. وهنالك بعض المواقع التي تتقاضى أجراً لقاء ذلك نظراً لنسبة المشاهدة العالية التي تتمتع بها، أو لأنها تقدم لك عروضاً تشجيعية للإعلان عليها. انظر في الصفحات الإعلانية المجانية الموجودة على المواقع المتخصصة بالأسواق. ولكن تذكر أنك ستجني فائدة مقابل المال الذي تدفعه، لأنه كلما عرض إعلانك أكثر، كلما كانت الفائدة التي تعود عليك أكبر. ولأجل تحقيق أفضل النتائج، انتبه لأن يكون إعلانك حديثاً دائماً، لأن الإعلان القديم لن يصمد أمام تيار الإعلانات الحديثة المنتشرة.

نموذج إعلان مبوب منشور على صفحة أنباء:

قهـــوة كونـــا الفاخـــرة بســـعر غير متوفر في الأســـواق

طازجة ومتوفرة الآن!

فقط بـ ٣٩ $ للصندوق الواحد!

قهوة كونا الملكية الفاخرة

يحتوي كل صندوق على ٦٤ كيس بوزن ١/٢ كيلو

إذا أردت شراء هذه القهوة من محلات غورميه للقهوة سيكلفك حوالي ٧٠ في أو ربما أكثر. لقد قمنا بشراء كمية كبيرة من هذه القهوة ونستطيع بيعها لك مقابل ٥٩ في فقط.

الشحن يتم خلال يوم من تاريخ وصول طلب الشراء.

نقبل الدفع ببطاقة الفيزا.

رضاؤكم هو هدفنا. نحن مستعدون لإعادة أموالكم بالكامل إذا لم تعجبكم البضاعة بعد خصم أجور الشحن فقط.

الاتصال بنا على الرمز البريدKonaQQQcoffee.com

وعلى هاتف رقم ١-٨٠٠-٥٥٥-٢١٤٢

وضع الإعلانات على مجلات البريد الإلكتروني E - Zinc :

يمكنك الاتصال بالزبائن بطريقة مثمرة عن طريق عرض إعلانك عن السلع أو الخدمات التي تقدمها على مجلات الإنترنت e -zine . الطريقة التي عليك إتباعها لتحقيق هذا سهلة للغاية. إذ أنه ما عليك إلا أن تدفع أتعاباً مقابل عرض إعلانك في المجلات الإلكترونية التي توزع على نوعية معينة من الزبائن والتي تهمك.

ولكن المشكلة هنا تكمن في سهولة هذا، مما يؤدي إلى وجود كمٍّ هائل من

الإعلانات وبالتالي إلى ضياع إعلانك بينها نوعاً ما. لذا فإن المسوقين عبر الشبكة اليوم يسعون لإتباع إستراتيجيات خاصة للبروز بين منافسيهم.

من أكبر المشاكل التي تواجه إعلانك على هذه المواقع هو حشره بين ٥-١٥ إعلاناً مشابهاً، وطبيعي أن يؤثر هذا على مدى نجاح تأثير إعلانك على الزبون. وهنالك مشكلة أخرى تتمثل في وجود جهات إعلانية فرعية تتصاعد معها وتيرة المنافسة إلى درجات كبيرة. لأن العديد منها يغرقون الأسواق الآن بحملاتهم الدعائية الكبيرة التي يعرضونها على هذه المواقع. وقد انعكس هذا الأمر سلباً على البضاعة المعروضة التي قل إيرادها بينما كبرت عائدات تلك الشركات الإعلانية. إن هذه النتيجة ليست ذنب ناشر الإعلانات على مجلات الإنترنت، لأن هدفه الأول والأخير هو بيع الإعلانات (وإن كان هذا لا ينطبق على الجميع). ولا يمكن للناشر أن يحمل ذنب تقاضي اتعاب لقاء عرضه لإعلان ما لأن هذه هي مهنته التي يكسب عيشه منها.

ولكن على الرغم من ذلك، يمكنك توظيف عدة طرق بارعة لإبراز إعلانك في المقدمة في سوق الإعلانات على المجلات. إذا كنت تعتمد على شركة دعائية لعمل وعرض إعلانك، احرص على تزويد الشركة بعدة إعلانات مبوبة لتعرضها على أماكن مختلفة من الموقع. وتذكر أن موظف هذه الشركة هو «مندوب مبيعاتك»، وبالتالي فإنه يجب أن يحصل هذا الشخص على نصيبه من الأرباح لتحصل أنت على ما تبغيه من أرباح، لذا فإن من مصلحتك مساعدتهم قدر الإمكان.

إذا كنت أنت صاحب شركة إعلانية أو تعمل في شركة كهذه، حاول أن تكتب إعلاناتك المبوبة بيدك لتضمن تميزها عن باقي الإعلانات. إذا لم تكن جيداً في الكتابة، ننصحك باتباع دورة Killer Copy Tactics لديفيد غارلفينكل David Gar-finkel على الموقع التالي:

http:// www.Killercopytactics.com

يمكنك دفع مزيد من المال لتحصل على عرض منفرد لإعلانك أو على حق رعاية صفحة معينة من صفحات نشرات الأنباء التي تقدم مثل هذه الخدمات. يظهر الإعلان الراعي في أعلى أو أسفل الصفحة. لذا فإنه يتميز عن باقي الإعلانات مما يحقق له نسبة تجاوب أكبر من قبل الزبائن.

يتألف الإعلان المنفرد من ثلاث إلى أربع فقرات، يقوم مشغلو خدمة مجلات الشبكة بإرساله إلى قوائم المراسلة في وقت مختلف عن أوقات البريد العادي. ويختلف حجم هذا الإعلان من نشرة إلى أخرى، ولكنه أثبت مدى نجاحه وتأثيره إذا ما قارنا بين النتيجة التي تحصل عليها وبين ضآلة المال الذي تدفعه مقابل ذلك الإعلان.

إن أول مكان يمكن أن يبحث فيه أي مسوّق لسلعة أو لخدمة ما عبر شبكة الإنترنت هو مفكرة المجلات (Top -Zineads Online Money Directory) الموجودة على الموقع التالي: http://www.tope-zineads.com/index.html،حيث يمكنك مباشرة أن تجد افضل الطرق التي تساعدك للوصول إلى الزبون المناسب والمستعد للشراء. هنالك أيضاً بعض المواقع الجيدة الأخرى التي تقدم خدمات c – zinc (ونشرات الأنباء) مثل:

http://www.infojump.com/

-http://www.lifestylespub.com/- http://beste-zines.com

المنشورات الدعائية عبر الشبكة:

لقد كانت الإعلانات سابقاً عبر الصحف جافة ومبتورة، ولكن مع تقدم التكنولوجيا أصبح هنالك طرق جديدة وممتعة لعرض المعلومات التي لدينا. إذ أصبح بمقدورك الآن أن تستخدم إحدى الزمر أو الأقنية الصحفية عبر الشبكة على الويب أو عبر الإيميل للإعلان عن خدماتك أو عملك في وسائل الإعلام - التي ستعلن لك بدورها عن خدماتك على صحف الشبكة وعلى المطبوعات التقليدية.

إن الإرساليات أو النشرات الدعائية المطبوعة التقليدية عبارة عن مجموعة من المقالات والمعلومات تأتيك في مصنف واحد وتتحدث عن إنجازات شركة أو عمل ما وعن آخر التطورات فيه عبر البريد العادي. وكذلك نشرات الشبكة، فإنها من الممكن أن تحتوي على المعلومات نفسها وربما أكثر، ولكنها موجودة على الويب سايت بدلاً من الورق. حتى إنَّ نشرات الشبكة الدعائية تمتاز عن التقليدية بإمكانية احتوائها على لقطات مرئية ومسموعة، علاوة على أنها أرخص من البريد العادي، إذ أن كل ما عليك عمله هو إرسال نشرتك إلى موقع URL.

مواقع خاصة:

يمكنك استخدام خدمة بحث مثل ياهو! ، www.yahoo.com على موقع Infoseek (www.infoseek.com) ، من أجل إيجاد مواقع لها علاقة بمنتجات شركتك أو خدماتها. عليك أن تمضي بعض الوقت متنقلاً بين المواقع لتصل إلى ما يدلك على المعلومات التي ترغبها. بعد ذلك، اكتب ملاحظة أو رسالة إلى المسؤول (Webmaster) عن الموقع المطلوب على شبكة الويب تطلب منه فيها إدراج اسمك في قائمة رسائل ذلك الموقع. إن هذه العملية المجانية مثمرة جداً لأنها تضع موقعك أمام المتبحرين على الويب لهذا الخصوص (منتجك أو نوعية الخدمة التي تقدمها).

يمكنك أيضاً وضع إعلاناتك على الشبكات الكبرى مثل اميركا أون لاين America Online، شبكة مايكروسوفت Microsoft Network، بروديجي Prodigy وغيرها، معظم هذه الخدمات تعرض لك ما تحتاجه من إعلانات مبوبة وخدمات دعائية بمختلف الأشكال والنماذج التي تناسب رغبتك.

بعض نماذج رسائل محددة إلى الزبائن:

إليك هنا بعض الأمثلة على رسائل موجهة من البائع إلى الزبون. لاحظ كيف أن المعلومات المتعلقة بطريقة الاتصال بالمرسل (عنوان البائع) مذكورة بالكامل

بالإضافة إلى التحية المناسبة وختم كل رسالة بكتابة اسم المرسل. ولاحظ أيضاً كيف أن هذه الرسائل تتقيّد بقواعد وآداب الاتصال على الإنترنت (نيتيكيت الشبكات).

رسالة إشعار بالدفع:

إلى: جوي جونسون

من: شركة ونكا

الموضوع: إشعار من أجل دفع الفاتورة الشهرية

التاريخ: ٣١حزيران، ٢٠٠٢

عزيزي السيد جوي:

أثناء مراجعة حساباتنا لاحظنا أنك لم تسدد مبلغ ١٢٠في المستحقة عليك بناءً على الفاتورة رقم ٢٣٥٠ المرسلة بتاريخ ٨ حزيران، والتي - وفقاً لنظامنا- كان يجب دفعها في ١٥ حزيران. إذا لم تستلم تلك الفاتورة أو إذا كان لديك أية ملاحظة عليها الرجاء الاتصال بنا على الرقم ١٢٣٤-٥٥٥-١٢٢. إذا كنت قد أرسلت الشيك بالبريد، لك منا جزيل الشكر.

المخلص،

تشارلز بيكر

مدير الحسابات

شركة ونكا

(العنوان الكامل)

(رقم الهاتف)

ولكن، قبل إرسال أي رسالة إيميل إلى الزبون تأكد من كونه يفضل وسيلة الاتصال هذه عن غيرها من الوسائل قبل أن تفترض أنه يقوم بقراءة بريده الإلكتروني كل يوم. إن إرسالك رسائل إيميل له دون تأكدك من قراءته لها سيؤدي بالطبع إلى حدوث مشاكل أو تأخير في العمل بينكما.

نموذج عن طلب معلومات إضافية لتحديد نوعية البضاعة التي يريدها الزبون:

(في هذا النموذج نلاحظ أن اسم الزبون قد استخدم للتحية وذلك بسبب العلاقة الشخصية القديمة بين الزبون والبائع. وقد اختتمت الرسالة أيضاً بذكر اسم المرسل الأول فقط على الرغم من ذكر اسم وعنوان الشركة بالكامل).

إلى: جوي جونسون

من: شركة ونكا

الموضوع: إشعار بدفع الفاتورة الشهرية.

التاريخ: ١١ تموز، ٢٠٠٢

عزيزي جوي:

استلمنا بالأمس رسالتك التي تطلب فيها سبع أسطوانات ونكا. شكراً على ثقتك بإنتاجنا، ولك قبل أن نرسل الطلب لدينا سؤالان

١. ما حجم الأسطوانات المطلوب؟

٢. هل تريدنا إرسال الشحنة عن طريق البريد العادي؟

سنقوم بإرسال الشحنة المطلوبة فور وصول رد منك.

مع تحياتي

تشارلز، شركة ونكا

(عنوان الشركة)

(رقم الهاتف)

الحيلة التي تساعدك للقيام باتصال ناجح وبعرض إعلان جيد على الشبكة:

كـمـا هو الحــال في جـمـيع الاتصــالات التي تجـرى مـع الزبائـن والإعـلانات الدعائيـة، إن مفـتـاح إجـراء اتصـال دعـائي نـاجـح على الشبكة هو التسويق الموجه والكياسة والتجاوب. قبل كل شيء عليك أن تجد الأشخاص المناسبين الذين يهمهم فعلاً شراء السلعة التي تعرضها، وعندها ستتمكن من بيع سلعتك. وإذا كان أسلوب إيميلك لبقاً وبليغاً فإنك بالتأكيد ستحصل على نتائج أفضل.

قد يبدو هذا سهلاً، ولكن الحيلة هنا تكمن بالمثابرة واعتماد إعلانات نوعية بالإضافة إلى الاتصال بالشخص المناسب. لذا ننصحك ألا تستسلم بعد الإعلان الأول أو رسالة الإيميل الأولى إذا لم تلق نتيجة سريعة. أما إذا واجهتك مشاكل بالتعامل مع الزبائن، ننصحك بقراءة الفصل التالي (الفصل الحادي عشر) الذي سيساعدك على مواجهة الحالات والمواقف الصعبة على الشبكة.





التغلب على المواقف الصعبة على الشبكة

إن الإكثار من استعمال أيقونات التعبير عن المشاعر ينعكس سلباً على الرسالة - وقد يعد تشويهاً متعمداً لها - خاصة عندما تعبر تلك الأيقونات عن الغضب أو الانزعاج. وفي مثل هذه الحالة قد ينتج عكس ما يرجوه المرسل من رسالته، لأن المراسلة عبر الشبكة يجب أن تأخذ طابعاً رسمياً وغير شخصي للاتصال بالآخرين في أول الأمر.

لذلك علينا توخي الحذر والتأني عند الاتصال بالآخرين عبر البريد الإلكتروني، وإتباع بروتوكول خاص متعارف عليه لحل المشاكل والمصاعب التي قد تعترضنا. يقدم لك هذا الفصل طرق التعامل مع تلك المشاكل وحلها بلطف وبساطة.

اختبار مستوى كفاءتك في التغلب على المصاعب:

إليك هذا الاختبار البسيط الذي يهدف لمساعدتك على تقويم قدرتك على حل المشاكل التي تعترضك على الانترنت بنجاح.

أسئلة الاختبار:

١. عندما تتحدث على الهاتف ويكون الخط مشوشاً، هل:

أ - تنهي المحادثة بأسرع ما يمكن ولكن بلطافة؟

ب - تتفق مع المتحدث على الانتقال إلى غرفة حوار على الإنترنت؟

ت - تلجأ لكتابة رسالة إيميل تحدد فيها النقاط الأساسية التي تعتقد أنك سمعتها على الهاتف؟

٢. تتبادل رسائل الإيميل مع شخص لا يتحدث لغتك بطلاقة ولا تتحدث لغته بطلاقة. هل:

أ - تطلب منه الإيضاح بقولك: «حسبما فهمت إنك تطلب مني معرفة ما إذا كان السعر يتضمن أجور الشحن...»؟

ب - تختار كلماتك بعناية وتتحدث بهدوء كي يفهمك الطرف الآخر ويتحدث بأسلوبك نفسه؟

ت - تطلب مساعدة طرف ثالث يلم باللغتين ليوضح كل الاستفسارات والإجابات اللازمة؟

٣. عليك أن تبلغ أحدهم خبراً مزعجاً. هل:

أ - تنقله بأفضل طريقة متأملاً أن تكون قد قمت بذلك بلطف وبشفافية؟

ب - تطلع على بيئة وثقافة الشخص الآخر من خلال الإنترنت لتتعرف على الطريقة الأنسب بالنسبة له لنقل مثل هذا الخبر، أو تطلب مشورة شخص على إطلاع بثقافة وبيئة من تريد نقل الخبر إليه؟

ت - تنقل الخبر كما هو، طالما أنه لا يمكنك القيام بشيء حيال ذلك؟

٤. استلمت رسالة طويلة وحماسة عبر البريد الإلكتروني وتشعر أن خبراً أو جزءاً مفقوداً منها. هل:

أ - تطلب من المرسل إعادة إرسالها وتقارنها بالنسخة الموجودة لديك؟

ب - تتجاهل الأمر خاصة وأنك لا تريد من المرسل إعادة رسالة فيها بعض المشاكل؟

ت - إذا كان الوقت ضيقاً، تقوم بالاتصال بالمرسل هاتفياً لتتباحثا في أمر الرسالة؟ أي تتأكد ما إذا كان هنالك جزء مفقود منها بالفعل وتحاول حل الإشكال إذا أمكن ذلك؟

٥. في محيط العمل، تلقيت بالخطأ رسالة إيميل حماسة جداً وشخصية ولكنها موجهة إلى شخص آخر. هل:

أ- تتصل بذلك الشخص بصورة شخصية أو هاتفياً؟

ب- تتجاهلها، وتتصرف - إذا ما سئلت - وكأنك لم تستلمها؟

ت- تحول الرسالة إلى موقع الأسماء المستعارة الخاص بالشركة أو بالقسم؟

٦. قررت الشركة تخفيض الرواتب وأجور ساعات العمل الإضافي بنسبة ١٠٪، وكانت مهمتك إعلام الموظفين بهذا القرار. هل:

أ- تعمم رسالة إيميل على الجميع بالقرار وبتاريخ البدء بتنفيذه وسبب اتخاذه؟

ب- تنقل الخبر لرؤساء الأقسام وتطلبُ منهم تعميمه على الموظفين لديهم؟

ت- تطلب من أحد معاونيك أن يتولى أمر تبليغ القرار؟

٧. حدثت حالة وفاة أحد أفرادِ عائلة كبيرة، ويجب تبليغ الأقارب (وعددهم كبير) بهذا. هل:

أ- تنشر ذلك الخبر المؤسف على عدة مواقع أسماء مستعارة (تستخدم فيها اسماً مستعاراً) يمكن ان تصل لكل افراد الأسرة.

ب- تنقل الخبر بصورة شخصية أو بواسطة الهاتف إلى المقربين من المتوفَّى، اما الأبعد قرابة فتكتفي بنقل الخبر إليهم عبر الإيميل؟

ت- تطلب من شخص آخر أن يتولى هذا الأمر؟

٨. قابلت فتاة بدت لطيفة في إحدى غرف الحوار، وكخطوة أخرى قمتما بتبادل عنوانيكما على البريد الإلكتروني والبريد العادي كي تتعرفا على بعضكما البعض أكثر من خلال المراسلة. ولكن، حصل أنك كلما ازددت معرفة بها كلما شعرت بالقلق أكثر بسبب آرائها غير الناضجة، إلا انها لم تشعر بعدم ارتياحك لها بسبب ضعف قدرتها على الملاحظة. ما الذي تفعله؟

أ- هل تخبرها عن تخوفك ومشاعرك على أمل أن تغير من أسلوبها في التعامل معك؟

ب- هل تستغني عن رمزك البريدي الذي يراسلك الجميع عليه؟

ت- هل تستخدم حاجباً يمنع وصول رسائلها؟

٩. قررت الذهاب في رحلة إلى تاهيتي لمدة شهر وقمت بحجز بطاقة طائرة من النوع الذي لا يمكن إرجاعه أو تبديله. وفجأة يعلمك رئيسك أنه لا يمكنك ترك الشركة في الوقت الراهن ويطلب منك تأجيل إجازتك بسبب مشكلة طارئة في قسم الحسابات. هل:

أ - تتخلى عن حلمك بالرحلة من أجل حل المشكلة.

ب - تخبر رئيسك أنك حجزت بطاقة طائرة غير قابلة للترجيع وأنك مضطر للسفر إلا إذا قامت الشركة بتعويض خسارتك، أي بإعادة ثمن البطاقة لك؟

ت - تقترح أن يقوم زميلك (فلان) بحل المشكلة نظراً لكفاءته. وتعد أن تبقى على اتصال لتتابع تطورات المسألة؟

١٠. توفيت والدتك بعد مرض طويل، ولديك عدة إخوة وأخوات يسكنون في مناطق أبعد من منزلك. وقد اكتشفت أنهم على الرغم من حزنهم الشديد عليها غير مستعدين للإشراف على ترتيبات الجنازة والتكفل بمصاريفها، مما يعني تكفلك بكل شيء. بالتأكيد فإن الجميع سيحضر عند قراءة الوصية. ما الذي تفعله عندها.

أ - هل تقوم بتكفل كل شيء لوحدك وبكل رضا حتى لو كان هذا يعني إفلاسك؟

ب - تعمم رسالة إيميل على أشقائك تذكرهم فيها بأن المتوفاة والدتهم أيضاً، وأنك لا تملك الوقت والمال الكافيين للتكفل بكل الإجراءات وحدك؟

ت - تعمم رسالة إيميل على أشقائك تعلمهم فيها بالمهام المترتبة على كل فرد منهم، بعد أن تكون قد قمت بتقسيم العمل وكلفته عليهم. وتعرض عليهم أن تتولى أنت مهمة الإشراف على الإجراءات النهائية إلى جانب قيامك بالمهمة المتوجبة عليك؟

الإجابات المناسبة:

١. الإجابة (ب)، لم الإصرار على متابعة الحديث بالهاتف على الرغم من تشوش الصوت بينما يمكنك القيام بذلك بسهولة عبر غرفة حوار دون أن يفوتك شيء من الحديث.

٢. (أ)، بتقسيم الإيميل ومراجعة كل نقطة فيه تتجنب أي سوء فهم محتمل وتقوم بمراجعة الرسالة والتأكد من خلوها من أية أخطاء إملائية أو إنشائية.

٣. (أ)، استعن بخدمات الشبكة أو بأي شخص لمساعدتك في كتابة الرسالة كي لا ترتكب اية أخطاء.

٤. (ت)، إن الاتصال المباشر هو الحل الأنسب في مثل هذه الحالات.

٥. (أ)، هنا أيضاً يكون الاتصال المباشر أفضل الحلول طالما أن الموضوع يتعلق بأمور شخصية حساسة. ويستحسن هنا أن تخبر المرسل بالخطأ الذي حدث كي يحاول إصلاح الأمر.

٦. (ب)، لأن هنالك عادةً علاقةً شخصية بين مدراء الأقسام المباشرين وموظفيهم، لذا يكون من الأفضل أن يقوموا هم بإطلاعهم على قرار تخفيض الرواتب وشرح الأسباب الموجبة لذلك.

٧. (ب)، حاول نقل الخبر المؤسف بصورة شخصية أو عبر الهاتف إلى المقربين وعبر الإيميل إلى الأقارب البعيدين نوعاً ما.

٨. حاول الجواب (أ) أولاً، ولكن من الممكن أن لا تلاحظ تلك الفتاة أنها تزعجك. إذا حدث هذا فعلاً حاول أسلوب الجواب (ت) وانصرف إلى غرفة حوار أخرى.

٩. اختر أحد الجوابين (ب) أو (ت) وتمسك بحقك في ذلك. لأن اي شركة محترمة لا يمكن أن تطلب مثل هذا الطلب من أحد موظفيها دون أن تقوم بتعويضه عن الخسارة التي قد يتكبدها.

١٠. (ت)، وزع المهام على افراد الأسرة آخذاً بعين الاعتبار إمكانيات كل فرد المالية وما إذا كان لديه الوقت الكافي لذلك. إذا حدث أي اعتراض من أي شخص، حاول أن تجمع الجميع للاتفاق على تقاسم المهام كل حسب مقدرته.

انتبه للفتك!

تجنب استخدام ألفاظ السباب مهما كانت المشكلة التي تواجهها. يمكن كسر هذه القاعدة فقط مع الأصدقاء، أفراد الأسرة، وزملاء العمل المقربين جداً. وتذكر جيداً أن تفسيرك لتلك الكلمات قد لا يأخذ المعنى البسيط نفسه الذي تقصده لدى المتلقي.

تجنب كذلك استخدام الألفاظ المزعجة مع: كبار السن، المدراء، الأشخاص الذين لا تعرفهم بشكل كاف، الأصدقاء الذين تتعرف إليهم عبر الشبكة، أو في الاجتماعات التي يتواجد فيها أشخاص لا تعرفهم.

تهدئة حوار غاضب على الشبكة:

إن ما يدور في غرف الحوار على الإنترنت يشبه ما قد يدور أو يحدث في أي حوار من تطور مزعج في بعض الأحيان نتيجة لاختلاف آراء المتحدثين وخروجهم عن آداب وقواعد الحوار. وقد يخرج الحديث عن مساره في عدة حالات نذكر منها:

- عندما يجتمع ندان أو أكثر في غرفة حوار دون أن يكون لديهم أي استعداد مسبق للمصالحة.
- عندما يعلن عن أي خبر سيء قد يفاجئ المتحاورين دون أن يكونوا مهيأين لسماعه. وهنا قد يلقي بعضهم أو أحدهم اللوم جزافاً على الآخرين، مما قد يعقد الأمر ويزيده سوءاً.
- عندما تدخل إحدى الشخصيات الصعبة والمعقدة إلى الغرفة وتبدأ بالتباهي واستعراض إمكانياتها «عضلاتها» أمام الآخرين حاطّةً من شأنهم.
- عندما يشارك مدير ما من النوع الثائر كالبركان في إحدى غرف الحوار ويتسبب بإزعاج الآخرين.

مثال عن حالة تدخل في خلاف عائلي على الشبكة:

إليكم حواراً يدور بين عدة أشخاص من أسرة واحدة أنت واحد منهم. فجأة احتدم النقاش بين اثنين منهم حول بند في وصية شخص راحل عزيز بينما سكت باقي المشاركين لدهشتهم من تصرف هذين الشخصين غير الملائم.

هنا يأتي دورك لتتصرف كبطل وتنقذ الموقف وتنقذ معه تماسك العائلة، بدلاً من السكوت والسماح لتلك الرابطة الأسرية بالتمزق. الحديث يدور بين أحمد وامجد وأيهم (انت):

احمد: امجد! انا لن اكف عن تذكيرك بهذا أبداً. لقد وعدتني جدتي رحمها الله منذ زمن بتلك الأريكة. أعرف انها قد أوصت لك بالمنزل والأثاث، ولكن باستثناء تلك الأريكة. وليكن بعلمك أنني لن أتكلم معك ثانية إذا لم تعطني إياها. إنها تعني الكثير بالنسبة لي، ولي معها العديد من الذكريات!

أيهم (انت): ارجوكم (احمد وامجد)، هذا اجتماعنا الأسبوعي عبر الشبكة الذي اتفقنا جميعاً على اللقاء من خلاله لنبقى على اتصال ببعضنا البعض بسبب بعد المسافات بيننا. وهذا ليس المكان ولا الزمان المناسبين لمناقشة مثل هذا الأمر وللنزاع على قطعة أثاث. ارجوكما ان تحلا هذا الخلاف خارج الشبكة، ويمكنكما طلب العمة سلمى لتتوسط بالصلح بينكما. أظن أنني أتكلم بالنيابة عن كل شخص موجود هنا: إذا كنتما لا تستطيعان إيقاف هذا الجدال فوراً، أرجوكما أن تغادرا غرفة الحوار.

إن تهدئة أي حوار غاضب أمر في غاية الصعوبة، ولكن يمكنك أن تقوم بهذا وتتحول إلى صانع سلام على الشبكة. نقدم لك هاتين الطريقتين لمساعدتك على النجاح في مثل هذه المهمة:

الطريقة الأولى:

بدايةً، عليك تقويم الموقف جيداً. حاول قبل التدخل أن ترسم أو تتخيل شجرة العائلة لتفهم العلاقة بين الأطراف المتنازعة بشكل أكبر.

إذا كان الأمر عائلياً بحتاً، وكانت جماعتك أو طائفتك ترى أنه من الحكمة أخذ رأي كبار السن في مثل هذه الحالات، قم باستدعاء الأشخاص المناسبين لذلك. أما إذا كان الخلاف يتعلق بالعمل، ولم يكن مديرك طرفاً في النزاع، قم بطلب المساعدة منه. إذا لم يكن الأمر لا هذا ولا ذاك، أطلب من الأشخاص أطراف النزاع أن يحلوا خلافهم خارج الشبكة كي يستطيع باقي الموجودين في الغرفة متابعة حوارهم.

إذا استمر الجدال والخلاف، انسحب من الاجتماع، أو - إذا كان البرنامج الذي تستخدمه يسمح بذلك- قم أنت وباقي المتحاورين بإخفاء ظهور حديث (iggy) الشخص أو الأشخاص المزعجين.

الطريقة الثانية:

من غير الممكن تجاهل أمر أي نزاع قد يحدث بين المتحاورين في غرف الحوار كما في الطريقة الأولى. قد تفرض عليك بعض الحالات التدخل خاصة إذا كنت انت اكبر شخص في العائلة موجوداً في الاجتماع أو كنت المدير وكان الجدال يدور بين موظفيك في وجودك. إليك طرق معالجة مثل هذا الوضع:

- **اطلب من كل طرف أن يشرح شكواه على حدة بما لا يجاوز ١٠٠ كلمة:**

  إن الهدف من هذا أنْ يحقق هدوءاً نسبياً في جو الغرفة أثناء انهماك كل طرف في كتابة ما لديه. لا تسمح لأي منهما بتجاوز حد الكلمات المسموح وإذا شعرت أن أحدهما يخرج في كلامه عن الموضوع قاطعه كي لا يتغير مسار الحديث.

- **تمعن جيداً في شكوى الطرفين وحاول أن توفق بينهما بحل وسط:**

  اسأل الطرفين الأسئلة اللازمة لتوضيح الأمر. وبما أن الطرفين المتنازعين

يعرفان أن جميع من في الغرفة يراقبهما ويتابع حديثهما، لذلك فإنهما سيتجنبان الكذب والمبالغة.

- **حدد النقاط المشتركة بين المتنازعين:** بعد تحديد هذه النقاط يمكنك أن تطلب تعليق من لا يمانع التدخل من الموجودين في الغرفة في حل الخلاف.
- **إذا تمت تسوية الخلاف بين الطرفين المتنازعين، خذ وعداً منهما بعدم إثارة القضية موضوع الخلاف مرة أخرى:** أما إذا لم يتوصل الطرفان لحل وسط بينهما، اطلب منهما الاجتماع وجهاً لوجه خارج الشبكة لتسوية الأمر وكف عن محاولة الإصلاح بينهما حتى لا يأخذا المزيد من وقت باقي الموجودين في الغرفة.

٣ حيل سريعة لنزع فتيل أي خلاف على الشبكة:

إليك هاتين الطريقتين السهلتين لتهدئة أو حتى إيقاف أي خلاف قد يحدث على الشبكة:

- **غيِّر الموضوع:** يمكنك القيام بذلك بسهولة. انتظر حتى تسنح لك فرصة الكلام وقم بتوجيه سؤال عن موضوع آخر إلى أحد المتنازعين - على أمل أن يفهم باقي الموجودين في الغرفة هدفك ويحذوا حذوك.

- **اطلب من الأطراف المتنازعة الاجتماع بك على انفراد:** إذا تفاقم أمر الخلاف، اطلب من الأطراف المتنازعة فرد أوراقهم إما في الغرفة نفسها أو في غرفة حوار خاصة وبحضورك للتوسط بينهم من أجل الصلح. اطلب من باقي الموجودين في الغرفة تعليق الاجتماع لحين حل الخلاف.

التعامل مع حوار ساخن:

قد تلقى أحياناً اهتماماً من شخص معين في إحدى غرف الحوار وقد يطلب منك هذا الشخص التحدث على انفراد في غرفة حوار خاصة للتعرف إليك أكثر.

ولكن سرعان ما تكتشف رغبة هذا الشخص بالتطرق إلى مواضيع خاصة وحساسة ومحرجة علاوة عن استخدامه لألفاظ خادشة للحياء. هنا أمامك عدة حلول للتخلص من هذا المأزق:

- **غادر الغرفة:** ولا داع لأن تودع الشخص الذي تحاوره. ويستحسن أن تغلق خطك في ذلك اليوم. بعدها لا تعاود دخول غرفة الحوار نفسها. وغيّر الاسم الذي تستخدمه على الشاشة - إذا كنت قد أعطيت ذلك الشخص عنوانك الكامل فأنت في ورطة حقيقية.
- **أرسل إشعاراً بوجود من ينتهك حرمة آداب غرف الحوار إلى مشغلي الخدمة:** فشبكة أميركا أون لاين على سبيل المثال تظهر لك نافذة مكتوب عليها {Notify AOL} (إشعار AOL). يمكنك الدخول إليها إذا تلقيت أية رسائل مسيئة أو خادشة. عندها ستقوم خدمة AOL بقراءة نص قانون عقوبة من ينتهك حرمة الخط على الشخص المسيء. إن معظم خدمات الشبكات توفر لك هذه الميزة التي ننصحك ألا تتردد باللجوء إليها إذا اضطرك الأمر.
- **أجب بصراحة:** أخبر الشخص الذي تحاوره مباشرة عبر نافذة الرسائل الفورية بأنك لم غير مستعد لسماع مثل هذا الحديث. ثم قم بحجب اسم ذلك الشخص.

٢ اهم قاعدة في التشات:

ما هو الأمر الأهم من تعرفك على أصدقاء جدد من بيئات مختلفة ورصد الاختلاف بين تلك البيئات؟ إنه أمنك وسلامتك. لهذا السبب نقدم إليك هذه القاعدة الهامة - بل الأهم - التي ينبغي عليك التقيّد بها في غرف الحوار عند تحاورك مع غرباء:

إياك ثم إياك ثم إيـــاك أن تعطي عنوانك الفعلي (عنوان منزلك) أو رقم هاتفك أو عنوان بريدك الإلكتروني الأصلي إلى أي شخص لا تعرفه. وإلا فإنك

ستستلم رسائل غير طبيعية من أشخاص غير أسوياء. وقد يتصلون بك على هاتفك أو يظهروا فجأة في وجهك عند منزلك في أوقات مزعجة (ربما بعد منتصف الليل). وتذكر أن عدة أشخاص قد قتلوا - نعم قتلوا- من قبل أشخاص تعرفوا إليهم عبر الشبكة.

ماذا عندما يغادر أحدهم المجموعة:

عندما يترك شخص ما المؤسسة أو الشركة تحت إي ظرف، خاصة إذا تم دفعه لذلك، فإنه يترك فراغاً في نفوس الأشخاص المقربين إليه والمتعاطفين معه. قد تكون أنت من بين أولئك المتعاطفين ولكن مع ذلك أمامك مهمة إعلان ذلك على الموظفين والمتعاملين مع الشركة.

هنا عليك أن تقوم بكتابة رسالة تبليغ بذلك الأمر، ويجب أن يكون أسلوبها إيجابياً بحق الشخص المغادر. ولا تنس أن تذكر اسم الشخص الذي حل محله إن تم هذا فعلاً. لنشر هذه الرسالة في محيط العمل، سيكون البريد الإلكتروني وسيلة جيدة لتحقيق ذلك. أما لإعلام جميع زبائن وعملاء الشركة، فيكون من المستحسن نشر الخبر في إحدى الصحف الرسمية، ولكن تذكر تبليغ العملاء الهامين بصورة شخصية قبل نشر ذلك الخبر بصورة علنية.

كتابة تبليغ علني بمغادرة شخص للشركة:

عندما يتم الاستغناء عن خدمات أحد موظفي شركة ما، يجب تبليغ ذلك بشكل علني في الصحف، ولكن بطريقة إيجابية بحق الشخص المعني بالأمر دون الإساءة إليه ودون ذكر سبب تسريحه من العمل.

وكما ذكرنا سابقاً فإن الإيميل سيكون وسيلة جيدة لنشر مثل ذلك القرار (في محيط العمل) بالإضافة إلى استخدام الفاكس أو تعميم بلاغ رسمي مطبوع على جميع الموظفين. ينبغي أن يكون هذا التبليغ قصيراً لأن معظم المتلقين سيكونون على

الأغلب على علم بذلك القرار. إن اختصار التبليغ وعدم الإشارة بشكل سلبي إلى من صدر بحقه القرار سيحمي الشركة من احتمال ملاحقة ذلك الشخص لها قضائياً بتهمة الإساءة إليه. وتجدر الإشارة أن مثل ذلك القرار يجب أن يوقعه شخص أعلى مرتبة حتماً من الشخص المغادر.

٣ نموذج عن قرار تسريح:

إليك هذا النموذج لقرار تسريح تم نشره عبر الإيميل - من الممكن أن يكون مطابقاً للقرار المطبوع -:

٢٨ تموز، ٢٠٠١ - بلاغ عام

تعلن شركة بيكر للصناعات الغذائية آسفة عن ترك نائب مدير المصنع، السيد تشارلز جونسون، العمل في شركتنا. عمل السيد تشارلز في الشركة ابتداءً من عام ١٩٩٥ وساهم في تطوير خطوط إنتاج عديدة ساعدت على خفض تكاليف الإنتاج بنسبة ٢٥٪. إن السيد تشارلز مضطر لمغادرتنا لظروف خاصة متعلقة به. نتمنى له النجاح والتوفيق. سيكون تاريخ مغادرته العمل في الأول من حزيران القادم.

د ساني بيكر.

شركة بيكر للصناعات الغذائية.

وإذا كان سيتم إرسال هذا البلاغ إلى عملاء أو شركات أخرى أو إلى الصحافة، يمكن عندها إضافة الفقرة التالية:

يمكن توجيه اية أسئلة أو استفسارات إلى مسؤولة العلاقات العامة السيدة اليس براون. يمكنك الاتصال بها على هاتف رقم ٤٢٣٤-٥٥٥-٠٢١ أو على الرمز البريدي alibrown.com. يمكنكم الحصول على المزيد من المعلومات حول الشركة على الموقع التالي على شبكة الويب: www.bakerfoodcomp.com .

التبليغ عن مغادرة عضو أساسي في العمل:

عندما يترك عنصر من عناصر العمل الأساسيين. علينا قول ما هو أكثر من عبارة «سوف نفتقدك». إننا لا نتكلم هنا عن الأشخاص العاديين الذين من الممكن استبدالهم بسهولة وإنما نتكلم عن شخص تتمحور الشركة حوله. إننا نتكلم عن ترك أشخاص مثل ستيف جوبز / Steve Jobs بالنسبة لشركة كومبيوتر أبل / Apple Computer والممثلة سوزان سامرز / Suzan Summers بالنسبة للمسلسل الكوميدي الشهير الشركاء الثلاثة Threes Company.

في مثل هذه الحالات، فإن آلاف الأسئلة والاستفسارات ستطرح من قبل العاملين والعملاء على حد سواء عن سبب رحيل ذلك الشخص. لذا سيكون من المجدي تخصيص موقع على شبكة الويب لتوضيح النبأ ولإعطاء شرحٍ مفصلٍ عن خطة الشركة من أجل إيجاد بديل مناسب له، مع تقديم تحليل لوضع الشركة العملي بعد مغادرته.

نقل خبر سيء بطريقة لا تؤدي لقتل ناقل الخبر:

من المناورات التقليدية إطلاق قذائف بسيطة على المكان الذي يتوقع العدو هجومك عليه، ومن ثم القيام بهجوم كبير على آخر مكان يتوقعه العدو، وعندها، بفضل عنصر المباغتة والارتباك الذي سينجم عنه، لن تلقى إلا مقاومة بسيطة. إن السحرة ولاعبي الخفة يعتمدون على هذا المبدأ نفسه أيضاً، وهم يدعونه «التضليل». فبينما يلهونك بإشارات يقومون بها بيد، يعمدون إلى تنفيذ حيلتهم باليد الأخرى.

يمكنك انت أيضاً إتباع هذا المبدأ عند نشر أية أنباء سيئة تخص الشركة. في مثل هذه الحالات قم بإرسال بلاغين، واحد بالنبأ السيئ وآخر يحمل إعلاناً براقاً عن آخر إنتاج للشركة أو خبراً عن تحسن واردات الشركة أو ما شابه ذلك.

وبجميع الأحوال، يجب أن يكون إعلان استقالة أحد عناصر الشركة الهامة واضحاً وصريحاً في ذكر أن تلك الاستقالة ستؤثر سلباً على الشركة، وإلا فإن التكتم سيفسح المجال للقيل والقال بين العملاء والمحللين الاقتصاديين ووسائل الإعلام حول هذا الخبر. وستسمع عندها عناوين مثل: «لاعب أساسي في شركة كذا يغادرها! ما الذي بعد ذلك؟» أو مثل «هبوط عنيف في أسعار الأسهم إثر انتشار نبأ ترك جونسون لشركة بيكر للصناعات الغذائية».

وداع لاعب أساسي في الشركة:

إليكم هذا الإيميل الذي يعلن عن ترك عنصر أساسي في الشركة العمل. ستلاحظون طول هذا الإيميل وكيف أنه لا يحاول أن يتستر على تعرض الشركة للخطر نتيجة رحيل ذلك الشخص، لأن الأشخاص الهامين في نطاق العمل يدركون هذه الحقيقة ولن يكون هناك فائدة من إنكارها. إن هذا الإيميل يعلم من لهم علاقة بالأمر بشكل مباشر وصريح بقرار ذلك الشخص بترك العمل، ويذكر مساهماته الكثيرة ويعرض (إذا أمكن) خطة الشركة لسد فراغ غيابه.

٢٨ تموز ٢٠٠١- بلاغ عام

أعلنت شركة بيكر للصناعات الغذائية استقالة السيد تشارلز جونسون، نائب مدير التصنيع. إن السيد تشارلز واحد من مؤسسي هذه الشركة وعنصر أساسي في زيادة الإنتاج والتوزيع المحلي. من المتوقع أن تترك خسارته تأثيراً مباشراً على عمليات التصنيع. ونظراً لدوره الهام، فقد عرض السيد مارتن بلاك المتقاعد القيام بمهام السيد تشارلز لمدة ستة أشهر ريثما يتم العثور على البديل المناسب والدائم. وقد قال نائب المدير العام السيد براون هذه الكلمة في هذا الخصوص: «لقد تعرضت الشركة في السابق لعدة عواصف ولكنها خرجت منها بسلام. والآن، مع رحيل السيد تشارلز جونسون غير المتوقع، فإننا سنعمد لتخفيض بعض المصاريف وإعداد موازنة قوية جديدة، بالإضافة إلى مواكبة

أحدث التطورات التكنولوجية لمنع تعريض الشركة لأية نكسة مالية.»

إن غياب السيد تشارلز لن يؤثر على الشركة فقط وإنما على الصناعة بشكل عام. إن اختراعاته التي قدمها لتطوير الآلات قد ساهمت في تقدم صناعتنا ووضعت شركتنا في مقدمة شركات الصناعات الغذائية المطورة والمبتكرة. إن الشركة تشكر السيد تشارلز وتتمنى له مزيداً من التوفيق والنجاح في حياته العملية.

لقد أوكلت الشركة إلى المدير التنفيذي السيد ستانلي مهمة تعيين الشخص البديل والمناسب. أما بخصوص أية أسئلة واستفسارات عن السيد تشارلز، فيمكنكم الاتصال بالسيدة أليس براون مديرة العلاقات العامة على الرقم ٠٢١-٥٥٥-٢٤٢٥ وعلى الرمز البريد الإلكتروني alibrown.com. أما للحصول على المزيد من المعلومات حول شركة بيكر للصناعات الغذائية، فيمكنكم دخول موقع الشركة على موقع الويب التالي: www.bakerfabrics.com.

إشعار بتأخر الدفع:

إذا اضطررت للتأخر عن دفع المستحقات التي عليك لأحد البائعين عن الموعد المتفق عليه، عليك إعلام البائع مسبقاً بذلك. إنَّ أسوا ما يمكن أن تقوم به هو ترك البائع يتخبط في حيرته بسبب تأخرك بالدفع وعدم الرد على رسائله عبر الإيميل أو على اتصالاته الهاتفية والاختفاء من أمامه.

إليك هنا ما يتوجب عليك القيام به: أولاً أرسل رسالة إيميل إلى البائع. ومن ثم قم بالاتصال به هاتفياً في اليوم نفسه (هذا إذا لم يتصل هو بك).

نموذج عن رسالة إيميل تحمل أخباراً مالية مزعجة:

هاي تيد: أود إعلامك عن تعرضنا لأزمة مالية طارئة ستؤثر على عملية دفع قيمة البضاعة التي استلمناها منك لبعض الوقت بسبب نقص السيولة النقدية لدينا في الوقت الحالي. لقد تأخر عملاؤنا في دفع ما يترتب عليهم لشركتنا مما سيضطرنا لتأخير دفع فواتيرنا لبعض الوقت. نحن بانتظار وصول دفعة من أحد عملائنا هذا الأسبوع خاصة وأنني أبذل ما أستطيع لتحقيق هذا. أتمنى أن تتم تسوية أمورنا المالية خلال خمسة عشر يوماً على الأكثر. أقدر لك تفهمك. سأتصل بك هاتفياً عصر اليوم بعد التحدث إلى ذلك العميل لأطلعك على آخر التطورات، التي أتمنى أن تحمل أنباءً طيبة لنا جميعاً.

اعتذر ثانية،

اليكس بالدوين،

مدير الحسابات في شركة بيكر للصناعات الغذائية.

عند إرسالك مثل هذه الرسالة، حاول أن تحدد قدر الإمكان تاريخ دفع فواتيرك المتأخرة. في هذه الرسالة لا نرى موعداً محدداً نظراً لأن أليكس لا يملك معلومات محددة عن تاريخ وصول المال المستحق لشركته إلى صندوقه. أما بالنسبة لك، يمكنك على الأقل أن تعرض دفع جزء من المبلغ الإجمالي على أن تؤخر دفع الجزء المتبقي. إن هذا التصرف سيدل على نواياك الطيبة ولن يشعر البائع بعدم الثقة تجاهك في تعامله معك.

٣ إبقاء العملاء على علم بحقيقة الوضع:

إليكم هذه الرسالة التي تعلم المستلم بتأخر وصول الشحنة التي ينتظرها:

عزيزي السيد تشارلز،

أعتذر عن هذا الخبر المزعج الذي أحمله لكم في هذا الإيميل. إن النموذج رقم ٧ من بضاعتنا لم يكن بالكفاءة المطلوبة لذلك لم يقبل مهندسو الشركة اعتماده

بشكله الحالي وسيعملون على تحسينه وتعديل الأخطاء الفنية فيه. لذلك فإننا مضطرون لتأجيل شحن الكمية التي طلبتموها حتى الربع الأول من السنة القادمة. نعرف أن هذا التأخير سيتسبب لكم بمشاكل كثيرة مع عملائكم الذين ينتظرون النموذج رقم ٧. من أجل تعويض أية خسارة محتملة قد تتعرضون إليها، نعرض عليكم إرسال النموذج رقم ٦ مع تقديم حسم عليه بنسبة ٥٠٪ من سعره الحالي. بالإضافة إلى ذلك سنقوم بتخفيض سعر النموذج رقم ٧ الذي اتفقنا عليه سابقاً عند انتهائنا من معالجة الخلل الفني فيه وذلك للتعبير عن أسفنا واعتذارنا مرة أخرى.

سأتصل بكم هاتفياً عصر اليوم أو صباح الغد من أجل توضيح الأمر والتفاهم معكم على أية شروط جديدة ترونها مناسبة. نقدر لكم تفهمكم لهذا الأمر ونكرر لكم اعتذارنا عن هذا الخلل.

المخلص،

الفرد بلاك، نائب مدير المبيعات

شركة... لتكنولوجيا البناء

إشعار بتأخير شحن بضاعة:

في كثير من الأحيان قد تصل البضاعة المطلوبة متأخرة عن موعدها المتفق عليه مما يعرضها أحياناً للكساد أو لعدم إيجاد نافذة لتسويقها بسبب تأخرها عن السوق. يرجع مثل هذا التأخير لعدة أسباب منها الأخطاء أو الأعطال الفنية ومنها سوء إدارة الجهة المنتجة. إليك هنا بعض النصائح لما ينبغي عليك القيام بع في حال تأخرك بإرسال بضاعة إلى أحد الزبائن:

- قم بإعلام الزبون بالتأخير في أبكر وقت ممكن. و واشرح له سبب ذلك التأخير وبالإجراءات التي ستتبعها لحل الإشكال مع تحديد موعد ثابت لوصول البضاعة.

- أطلع الزبون على المشكلة وعن خطتك لحلها. أما إذا كان حل تلك المشكلة مستحيلاً، فأخبره الزبون بذلك على الفور بدلاً من مفاجأته بهذا الخبر في اللحظة الأخيرة، الأمر الذي قد يودي بذلك الزبون إلى الهاوية لعدم إعطائه الفرصة الكافية لحل إشكاله بدوره مع عملائه.

- اعرض عليه البديل: قدم له البديل المتاح أو الممكن في الوقت الحالي وبسعر مخفض ريثما يصبح بالإمكان شحن البضاعة الأصلية المتفق عليها، إذا كان السعر الذي تعرضه منخفض بما فيه الكفاية فإنك ستساعد زبونك على حل مشكلته مع عملائه دون أن تتسبب له بضرر كبير. وهذا ما سيجعل الجميع راضياً نوعاً ما.

كيف تعلم الآخرين بموت قريب أو صديق:

إن افضل طريقة لنقل خبر كهذا هو نقله شخصياً أو هاتفياً للأشخاص المقربين من المتوفَّى والذين يمكنك الوصول إليهم بسهولة. أما أولئك الأشخاص الأبعد قرابة أو مكاناً، فيمكنكَ إعلامهم بالخبر عن طريق الإيميل. يجب أن تكون رسالتك ودية ومتعاطفة. وتذكر أن غرف الحوار المخصصة لاجتماع العائلة ليست المكان الأنسب لإعلان هذا الخبر. إلا إذا كان الراحل بعيد الصلة بمن هم مجتمعون في غرفة الحوار.

إليكم هذا النموذج لإعلان وفاة منشور في إحدى الصحف:

وفاة السيدة مارتا بيكر، ٨٦ عاماً، مدبرة منزل من فيلادلفيا. يوم الأربعاء ٢٦ شباط في منزلها.

السيدة بيكر أصلها من أيوا وعاشت في فيلادلفيا منذ عشرين عاماً. عملتْ كمدبرة منزل لأكثر من ٥٠ عاماً وقد كانت عضواً في الكنيسة اللوثرية. كان يعيلها في آخر حياتها ابنها ويليام الذي يعمل في كورونا في كاليفورنيا، وابنتها كريستين التي كانت تعيش بالقرب منها.

ستتم الصلاة على روحها في كنيسة الحي، رقم ١٢٣٤ شارع برادفورد. وسيقام مجلس عزاء على روحها في منزلها في الساعة السادسة من يوم الجمعة ٢٨ شباط.

نموذج عن رسالة إيميل لنقل خبر وفاة:

عزيزتي نانسي، أعلم أنه قد مضى وقت طويل على آخر رسالة بعثتها إليك، ويحزنني أن أنقل لك في رسالتي هذه، بعد ذلك الانقطاع، خبراً مؤسفاً يتعلق بالسيدة مارتا شقيقة صديقتنا اليس. أعرف أنك لم تكوني على علاقة وثيقة بها، ولكني احب أن اتحدث عنها هنا، لأنها كانت محبوبة من الجميع. لقد توفيت عن عمر يناهز ٨٦ عاماً في منزلها الذي سكنته منذ عشرين عاماً.

اتذكر عندما كنت أمضي أوقات فراغي في الصيف في حديقتها عندما كنت في سن المدرسة. لقد ذهبنا معاً في رحلة بحرية للصيد ذات مرة، وهي التي علمتني قواعد العزف على آلة الفلوت.

ستقام مراسم العزاء في كنيسة الحي الذي تقطنه في برادفورد حيث سيتلقى ابنها ويليام وابنتها كريستين التعازي، وسيتم دفنها بناءً على وصيتها قرب زوجها الراحل أونيل.

أسف مجدداً لنقل هذا الخبر، وآمل أن تسنح لنا الظروف أن نلتقي قريباً.

ليزا

لاحظ أن نعي احدهم في رسالة إيميل يكون تقريباً بطول الرسالة العادية، دون أن يتجاوز الحد المعقول الذي نفترض معه أن المتلقي مهتم لسماع أخبار الراحل. أما إذا كان النعي قصيراً، فإنه سيدل في هذه الحالة على البرود وعدم الاكتراث لرحيل ذلك الشخص.

في حال إرسالك نعي لأحدهم عبر الإيميل فإن هذا يفترض أمرين:

- أن المتلقي والراحل لم يكونا على صلة وثيقة ببعضهما البعض، وأن رسالتك هي مجرد نقل لأخبار العائلة العامة ولن تشكل صدمة للمتلقي.
- بدون رسالتك هذه، لم يكن المتلقي سيعلم بأمر وفاة الراحل.

ولكن انتبه! فقد يكون المتلقي والراحل على معرفة ببعضهما البعض وقد تكون علاقتهما أقوى مما تظن، إذ ليس من المستبعد أن يكونا أصدقاء طفولة قبل أن تولد انت نفسك. لذا عليك قبل كتابة أية رسالة نعي أن تستفسر جيداً عن مدى العلاقة بين المتوفَّى والمرسل إليه.

كيف تعتذر عن خطأ ارتكبته في حق صديق أو قريب:

من الأمور العسيرة التي قد تتعرض لها هو اضطرارك لإصلاح خطأ ارتكبته بحق شخص تربطك به علاقة صداقة أو قرابة قوية. إن أفضل طريقة في هذه الحالة هي حل الخلاف وجهاً لوجه بدعوة الطرف الآخر على العشاء على سبيل المثال، من خلال رسالة توجهها إليه عبر البريد الإلكتروني.

إليك هذه الطرق التي قد تساعدك في حل إشكال من هذا النوع:

❖ الطريقة الأولى (يمكن استخدامها مع طريقة أخرى):

١. أرسل بطاقة اعتذار عبر الإيميل. يمكنك تجربة ما يقدمه لك الموقع التالي في هذا الخصوص www.egreetings.com . يقدم لك هذا الموقع بطاقات مجانية. وهنالك غيره من المواقع والشركات التي تقدم خدمات مشابهة مجانية.

٢. قدم اعتذاراً شخصياً.

٣. أرسل رسالة اعتذار عبر البريد الإلكتروني.

٤. اتصل هاتفياً للغرض نفسه.

◆ الطريقة الثانية (يمكن استخدامها مع غيرها):

١. قم بدعوة الشخص الذي يعنيك إلى إحدى المقاهي أو المطاعم.

٢. أرسل هدية لطيفة.

٣. توجه إلى منزل الشخص المعني وخذ معك شيئاً تعرف أنه يحبه.

◆ الطريقة الثالثة:

إن أكثر طريقة مؤثرة هي أن تعتذر من الشخص الذي أسأت إليه في حضور الأشخاص الذين يعلمون بالأمر. ابدأ حديثك بقول جملة على هذه الشاكلة: «لقد عملت مع ماري لمدة سبعة أعوام تقريباً وأعتقد انني قد تصرفت معها مؤخراً تصرفاً مزعجاً لا تستحقه لذا فإنني مدين لها باعتذار.» ثم قدم اعتذارك أمام الجميع بالطريقة المناسبة لك.

إذا لم تنفعك هذه الطريقة لن ينفعك شيء آخر على الأغلب. حاول أن تختصر الكلمة التي تقولها بحيث لا تتجاوز في مدتها الدقيقتين، إلا إذا كنت تشعر أن غلطتك كانت اكبر من ذلك وانها تستحق المزيد من الشرح والتبرير.

نقل بعض الأنباء العاطفية الحساسة:

لا تستخدم رسالة الإيميل أبداً حينما يكون من المفروض عليك القيام باتصال مباشر بشخص ما. هنالك عدة طرق لنقل خبر حساس نوردها لك هنا بالترتيب حسب أهميتها:

١. نقل الخبر مباشرة وبصورة شخصية بالاستعانة بشخص يعنيه ذلك الأمر.

٢. نقل الخبر بصورة شخصية مع الاستعانة بشخص بعيد نوعاً ما.

٣. بواسطة الهاتف.

٤. بواسطة استخدام برنامج خاص بالبريد الإلكتروني (إيميل) يقدم خدمة نقل الصوت.

٥. بواسطة رسالة عبر البريد الإلكتروني.

٦. بواسطة البريد العادي.

٧. بإرسال برقية إذا كنت في دولة من دول العالم التي لم تعتمد الإنترنت بعد كوسيلة للاتصال.

كلمة أخيرة نقولها لك هنا هي أن العالم مليء بالصعوبات، ولا بد أنك ستواجه بعضها في يوم من الأيام. ولكن لن يكون من الصعب عليك اجتيازها إذا عرفت كيف تعالج الأمور بروية وكياسة.





كيف تتحدث على موقعك على شبكة الويب

أصبح من الشائع هذه الأيام أن يكون لديك موقعٌ على شبكة الويب من أجل أمور العمل. ولكن هل يفيدك فعلاً وجود هذا الموقع في تطوير عملك وزيادة مردوده إلى درجة تتناسب مع الوقت الذي تقضيه والجهد الذي تبذله لبرمجة وتحديث هذا الموقع.

قبل الإقدام على هذه الخطوة عليك التفكير بجدية حول احتياجات السوق لديك قبل أن تفكر بكسب المال عبر اللجوء إلى موقع الويب. بالتأكيد هنالك بعض أنواع من الأعمال والخدمات التي يقدم لها الإنترنت والويب فوائد كثيرة تتعلق بالتسويق والتوزيع. وفي هذا الخصوص، يوجد كثير من شركات برامج الحاسوب ومجلات الشبكات وأنظمة البريد التي تسمح لك بالاستفادة جيداً من موقعك على شبكة الويب، هذا طبعاً إذا عرفت ما الذي يجب أن تقوله على هذا الموقع.

سر موقع الويب الناجح:

إن مجرد حصولك على موقع على شبكة الويب لن يكفي لمساعدتك على تسويق إنتاجك أو خدماتك إذا لم تعرف كيف تبرز موقعك بين آلاف المواقع المنتشرة، للإعلان عن موقعك عليك القيام بثلاثة أمور أساسية:

١. عليك أن تسجل موقعك لدى أفضل شركات البحث (search engine).

٢. عليك الاعتماد على الخدمات الإعلانية المجانية وغير المجانية التي تقدمها شبكة الويب والتي تحدثنا عنها في الفصل ١١.

٣. عليك أن تبحث بين مواقع الشبكة باستمرار عن المواقع التي لها علاقة بعملك والتي يمكنك وصلها بموقعك.

ماذا بشأن عمل صفحة على الويب؟

إذا توصلت إلى أن تخصيص صفحة على الويب أمر مفيد من أجل عملك، تذكر أن تصميم الصفحة الناجحة على الويب يتبع القواعد نفسها الخاصة بتصميم صفحة إعلانية مطبوعة (مع أنه قد يكسرها أحياناً لأسباب فنية وجمالية)، ولكن ضمن إطار شاشة الحاسوب بدلاً من الورق. هنالك مئات، بل ربما آلاف، التصاميم الخاصة بمواقع الويب متوفرة على الإنترنت لتساعدك على تصميم رمز HTML (لغة برمجة الويب الخاصة)، وعمل مخطط لصفحتك ونشر صور على الويب. يمكن للمبتدئين الدخول إلى الموقع التالي http://www.webmonkey.com، وهو واحد من تلك المواقع العديدة التي تمدك بالمعلومات اللازمة لتصميم موقعك بنفسك.

من أجل أخذ فكرة عن التصاميم الجيدة، ابدأ أولاً بالتبحر على الشبكة لتميّز بين المواقع المختلفة وتحصل منها على أفكار ومعلومات جديدة تساعدك على البدء بعملك. هنا أيضاً يمكن للمبتدئين أن يجربوا مواقع بعض المعلنين الكبار مثل: http://www.nordstroms.com أو http://www.sears.com إذا كنت تنوي بيع إنتاج خاص بك عبر الشبكة. أمّا إذا كان عملك أو شركتك تقدم خدمات ما -كوكالات الإعلان- فيمكنك في هذه الحالة الإطلاع على مواقع بعض الوكالات الكبرى مثل وكالة Chiat Day على الموقع http://www.chiatday.com ونلفت

انتباهك هنا إلى أن كونك صاحب شركة صغيرة أو عمل محدود لا يعني أبداً أن يدل موقعك على هذا. وهذه هي إحدى ميزات التسويق عبر الويب - إذ يمكن أن يدل موقعك على أن شركتك واحدة من كبرى شركات العالم في مجالها -

كيف تسجل موقعك على الويب بحيث يبدو ملحوظاً بسهولة:

إذا أردت أن يجد الناس موقعك حال انتهائك من تصميمه، عليك أن تعطي معلومات عن موقعك إلى إحدى أجهزة البحث الكبرى (مثل ياهو yahoo!، ويب كرولر WebCrawler، إنفوسيك Infoseek ومئات غيرها). والتي تساعد الناس في الوصول إلى موقعك أو إلى أي موقع آخر حسب الموضوع الذي يريدونه. وكما ذكرنا، يمكنك تسجيل موقعك لدى إحدى تلك الأجهزة أو الاشتراك بخدمة البحث على الشبكات مثل Submit it !@ (http://www.submit-it.com والتي تمكنك من تسجيل معلومات عن موقعك على مئات أجهزة البحث في وقت واحد، الأمر الذي سيكلفك بالطبع أكثر. ولكن بجميع الأحوال، تبقى تكاليف التسجيل معقولة نوعاً ما لذلك فإننا ننصحك أن تعتمد على إحدى الشركات الخاصة بخدمات التسجيل لتقوم بهذا العمل الطويل والممل نيابة عنك.

نقاط عليك معرفتها حول تسجيل موقعك لدى جهاز بحث:

سواء كنت تعتمد خدمة Submit it! أو أي خدمة أخرى للتسجيل معلومات حول موقعك لدى عدة أجهزة بحث أو قمت أنت بتسجيله لدى خدمة بحث واحدة، هنالك بعض النقاط الأساسية التي عليك معرفتها في هذا الخصوص:

١ . في كل يوم تظهر أدلة عناوين عديدة جديدة وتختفي أخرى. إن شركات مثل Submit it! تحاول أن تبقى دائماً على علم بآخر المستجدات والمتغيرات في هذا الشأن، بينما قد تحوي الأدلة الأخرى على قوائم مواقع قديمة وذلك بسبب التغيرات السريعة التي تحصل على الإنترنت وعلى شبكة الويب العالمية.

٢. بعض الأدلة وأجهزة البحث تتقاضى أتعاباً مقابل القوائم، بينما لا يتقاضى معظمها ذلك.

٣. قد لا تحتوي - الأدلة أو أجهزة - البحث على كل مواقع شبكة الويب، فبعضها على سبيل المثال مخصص لمواقع الشبكة غير الأمريكية، فإذا كان موقعك كذلك فإن الدليل لن يذكره في قوائمه.

٤. بعض الأدلة وأجهزة البحث توقف عمليات التسجيل بصورة دورية، لذلك، عليك تقديم عدد غير محدد من الطلبات من أجل تسجيل URL في كل مفكرة على حدة.

٥. عندما تتقدم بطلب تسجيل URL (عنوانك الخاص على الشبكة) ستجد أن الأمر قد يأخذ من يوم إلى ثمانية أسابيع أو أكثر قبل ظهور موقعك على جهاز بحث. وهذا مردّه إلى أن شركات البحث تتوخى عادة الدقة في المعلومات التي تسجلها على قوائمها. إذا كان موقعك في غير مكانه المناسب حسب تخصصه فإنه لن يدرج في القوائم، لذلك فإن التأخير في إدراج موقعك يعود للعدد الكبير من الطلبات المقدمة والتي تحتاج لمراجعة وتدقيق، كن صبوراً وتابع عملية البحث عن موقعك حتى تجده.

تقدم مواقع التسجيل خدمات أخرى استشارية تعرض عليك معلومات أو تقارير حول الدخول إلى أفضل المواقع (الأفضل هنا تعني التي تجد إقبالاً كبيراً من الزوار). فعلى سبيل المثال، تقدم لك شركة submit it! أكثر من ٤٠٠ جهاز بحث ودليل من أفضل الأجهزة على شبكة الويب. ولكن هذا العدد ليس العدد الكلي لأجهزة البحث لتلك الشركة، فهي تدعم أكثر من ١٢٠٠ جهاز ودليل. وتتلقى هذه الشركة كل يوم حوالي ٢٠ طلباً جديداً من شركات تقديم خدمات البحث والأدلة للعمل لديها.

تحديث موقعك على أجهزة البحث:

إلى كل خدمة بحث تستخدم إحدى البرامج أو الروبوتات (robot) التالية (وتسمى أيضاً الزواحف/ Web Crawler، AltaVista،Excite ،) وتريد تصنيف المعلومات التي تردها عن المواقع، نقدم هذه الإرشادات البسيطة حول تحديث تلك المعلومات بصورة مستمرة:

- **تغيير اسم ومحتويات الموقع:** عند تغييرك لاسم أو محتويات موقعك، لا يتوجب عليك الاتصال بكل خدمة آلية لتنبيهها إلى التغييرات الطارئة. إن روبوت أو برنامج Excite وغيره من البرامج المشابهة سيقوم بإجراء تحديث أوتوماتيكي (عادة تأخذ الاسم الجديد من مربع الاسم الموجود في ترويسة وثيقتك - لذا فإنه من الأفضل أن تعدل وتبتكر دائماً ما تراه مناسباً لاسم موقعك.

- **تغيير مكان موقعك:** عندما تقوم بتغيير مكان الموقع (URL/your real loca-tion) عليك الحصول على «إعلان URL» جديد من جهاز البحث، حيث يقوم الروبوت (البرنامج الآلي الخاص) باستخدامه لإدراج مكان موقعك الجديد. إذا بقي الموقع القديم يظهر على العنوان القديم، فأن معظم برامج العنكبوت ستتابع إدراج موقعك في الفهرس إلى أن تزيله بنفسك أو تستعين بملف روبوت خاص في نظامك. إن هذا الملف سيشير إلى موقعك الجديد بحيث تجد برامج التحديث الأوتوماتيكية كافة المعلومات اللازمة الخاصة بك في المكان الجديد. يمكنك الحصول على معلومات حول كيفية استخدام ملف روبوت في موقعك على info.webcrawler.com/mak/projects/robots/faq.html .

- **تغيير الموجز حول الموقع:** من أجل تغيير الموجز حول موقعك الذي تجمعه العناكب المختلفة، عليك أن تغيّر المحتوى، إن هذه البرامج تقوم عادة باختيار ملخص عن موقعك من الجمل التي تدل على الأفكار الرئيسية مباشرة من صفحتك الخاصة. إن مصممي روبوت شبكة الويب (العنكبوت) يمكنهم جعل العنكبوت يختار بعض الجمل الخاصة للخلاصة.

أجهزة البحث التي تحدّث يدوياً:

إن بعض خدمات البحث تقوم بتحديث المواقع المشتركة يدوياً (لا من خلال روبوتات خاصة). لذا يتعين عليك تقديم معلومات حول موقعك عندما تقوم بإجراء تغييرات أساسية على محتواه. لهذا السبب يكون من الأفضل استخدام انظمة تحديث آلية مثل Submit it!. إن مثل هذه الأنظمة تبقي الزائرين على اطّلاع على أحدث التغييرات الطارئة على موقعك دون أن تضطر إلى تقديم طلب أو إشعار بالتغيير الحاصل إلى كل جهاز بحث.

الإعلان على شبكة الويب المنتشرة في العالم:

إذا كانت ميزانيتك المخصصة للدعاية عن عملك أو سلعتك تسمح لك بالإعلان على شبكة الويب العالمية، لا تتردد في ذلك. إن الإعلان على أحد مواقع الويب الدعائية (المخصصة للإعلانات) يتراوح بين تقديم إعلان بسيط على الموقع وبين تقديم الطريقة المناسبة لتوصيل الزبون إلى موقعك (مقابل أتعاب خاصة) على هذه الشبكة أو إلى صفحتك الخاصة التي تعطي معلومات كاملة عن منتجك أو الخدمة التي تقدمها.

والإعلان على المواقع الساخنة (أي الشائعة) يمكن أن يكون مكلفاً. فعلى سبيل المثال سيكلفك الإعلان العادي على نظام بحث AOL NetFind لمدة سنة حوالي ٢٠٠٠ $ وسيكلفك الإعلان الأكبر المزيد من المال.

إذا أردت التعرف على كيفية الإعلان على مواقع مميزة على شبكة الويب، يمكنك إرسال رسالة إيميل أحدِ المسؤولين عن شبكة الويب (Webmaster) لسؤاله عن إمكانيات الإعلان التي تتراوح أسعارها وأمكنة عرضها ونسبة المشاهدة التي تحققها لك. إن الإعلان على شبكة الويب يشبه كثيراً الإعلان في وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والمجلات. وكلما زاد الطلب على الإعلان على صفحة ما، كلما ارتفع سعر الإعلان عليها.

إذا كان موقعك يتمتع بنسبة عالية من المشاهدة، يمكنك الاستفادة في هذه الحالة ببيع قسم من الموقع لعرض إعلان ما. في الواقع هنالك بعض المقاولين على شبكة الويب الذين يمارسون هذا العمل لتحقيق المكسب المادي من خلال الأتعاب التي يتقاضونها.

إبقاء عميلك على موقعك على الشبكة:

إن المحافظة على زوار وزبائن موقعك هام بقدر أهمية اجتذاب أشخاص جدد إلى موقعك. تمعن في هذه التكاليف للإعلان على الويب:

إعلان إحدى الشركات المتخصصة على موقع على الويب: ١٠٠٠٠$

حملة إعلانية على الياهو!: ١٥٠٠٠$

إعلان لمدة سنة: ١٢٠٠$

المحافظة على زوار موقعك على الويب: لاشيء.

ولكن بما أن عدد صفحات الويب يفوق البليون صفحة على الإنترنت، فإن التحدي الأكبر هو النجاح في التميز وفي استقطاب أكبر عدد من المتبحرين.

خلصت دراسة حديثة أعدها معهد إنغيج للتكنولوجيا / Engage Technology إلى أن نسبة ٤ من أصل ٥ زوار إلى أحد مواقع الويب العادية لا يعودون إليه. ويعتقد عدد غير قليل من خبراء السوق أن القدرة على اكتساب عدد أكبر من الزوار الدائمين دليل النجاح في هذا الميدان. ولكنهم يحذرون، بالمقابل، من أن الاكتساب دون المحافظة على ما اكتسبته قد لا يعني شيئاً.

هنالك عدد من الطرق التي تساعدك على المحافظة على زوار موقعك على الويب. إليكم هذه النصائح التي يقدمها السيد دومين بازادونا (Domain Pazado-na)، وهو شريك في واحدة من أشهر وأنجح الشركات على الويب في موضوع استقطاب زوار دائمين، شركة Cyber-NY: (http://www.cyber-ny.com)

- استخدم التقنيات الحديثة لضغط ما ترسله بهدف تسريع عملية العرض عند المتلقي: إن معظم عمليات التبحر على الويب تتم بواسطة المودم. وربما قريباً جداً يكون لدى كل مستخدم توصيلات إلى خط المودم السريع DSL، ولكن معظم المستخدمين حالياً يعتمدون على أجهزة المودم العادية للاتصال من منازلهم. ولكن للأسف فإن معظم الناس لا يملكون الصبر للانتظار أمام المواقع التي تحتاج لأكثر من دقيقة تحميل على شاشاتهم. كي تتجنب هذه المشكلة، قم بضغط الصور والرسوم، وتفادَ تصميم نص بطريقة الصور في الوقت الذي يمكنك فيه إرساله عبر HTML. إن هذا يساعد على تسريع تحميل موقعك على شاشة الزائر، وبهذا فإنه يضمن لك عدم هروبه إلى موقع آخر.

- جرب استخدام تقنيات جديدة: تحرَّ عن كل التقنيات الحديثة ولا تخشَ من استخدامها. يقدم عدد كبير من شركات البرمجة مثل شركة ماكروميديا (Macromedia) المزيد والمزيد من الوسائل التي تساعد في التبحر على الويب دون إضاعة كثير من الوقت. في حال اعتمادك على خدمات شركة ما لتصمم موقعك على الويب (إذا كنت لا تملك أفكاراً خاصة في مجال التصميم)، اطلب من هذه الشركة أن تستخدم أحدث وآخر التطورات التكنولوجية في هذا المجال.

بعض الأفكار الهامة حول التسويق عبر الويب:

حالما يظهر موقعك الممتاز من وجهة نظرك (لتصميمه الرائع وسرعة عرضه والإعلان عنه في عدة أماكن) على الشبكة للإعلان عن سلعتك أو عن خدماتك، تجد أنك ما زلت تواجه مشكلة كبيرة: لا أحد يشتري بضاعتك.

هنا عليك أن تسأل نفسك إن كنت فعلاً قد اتبعت قواعد التسويق الأساسية عندما قمت بتصميم موقعك. إليك هذه القواعد الهامة في هذا المجال والتي يتوجب عليك إتِّباعها (عليك بذل جهد إضافي هنا وعدم الاعتماد على اتصالات وتسويق شبكة الويب):

- **قدم خدمات ممتازة للزبائن:** إن تقديم خدمات ضعيفة للزبون أمر من شأنه التسبب بهرب هذا الزبون، بدءاً من عدم الاكتراث بالرد على رسائله وانتهاءً بتأخير وصول البضاعة المطلوبة. ففي عصر السرعة الذي نعيشه، لن ينتظر الزبون طويلاً لاستلام رد منك على استفساراته حول بضاعتك. إن تأخرك بالرد على رسائله عبر البريد الإلكتروني سيؤدي إلى تحوله عنك إلى معلن آخر. هنالك نقطة أخرى هامة هنا، هي تأكدك من وجود عنوانك على كل صفحة من صفحات موقعك على الويب. لأن الزبون يكره أن يضيع وقته في البحث عن العنوان من أجل توجيه سؤال بسيط. وأخيراً لا تنسَ أن تقدم له خدمة الاتصال بك مجاناً من أجل استفساراته وهذا أمر يمكنك تحقيقه بسهولة ومجاناً أيضاً عبر http://www.unreach.com.

- **اذكر بوضوح من انت وما الذي تفعله:** لا نستطيع أن نحصي لك عدد المواقع التي يغفل أصحابها ذكر المواد أو السلع التي يبيعونها. لذا عليك التعريف بنفسك أو بشركتك وبالسلعة التي تنتجها جيداً. هنا أيضاً لا تترك الأمر للزبون كي يبحث وينقب من أجل معرفة السلعة التي تبيعها أو الخدمة التي تقدمها. إن الناس عادة لا يهتمون بصاحب السلعة وإنما بما تقدمه لهم تلك السلعة من فوائد، لذلك اشرح بالتفصيل ميزات سلعتك وفوائدها لتلفت نظر المهتمين إليها.

- **قدم السعر الأنسب:** إذا كنت تطلب سعراً عالياً لن يشتري أحد منك، وإذا كنت تطلب سعراً أقل من المعقول سيظن الزبون ان هنالك عيباً في سلعتك وبالتالي فإنه لن يشتريها. لذا قم، قبل تحديد سعرك النهائي، بجولة على مواقع منافسيك الذين يعرضون سلعاً شبيهة بالتي تعرضها وتعرف على الأسعار التي يعرضونها. ولا تنسَ هنا ان تقدم عرضاً مجانياً تشجيعياً مع سلعتك. فإن أي شيء تعرضه مجاناً مع سلعتك - كتوصيل السلعة مجاناً مثلاً - سيشجع الكثير من الناس على التعامل معك وشراء ما تعرضه.

- **تأكد من كون نص إعلانك يشجع الآخرين على الشراء:** اعتمد على عناوين براقة وملفتة لجذب الزبائن، بالإضافة إلى الاعتماد على شهادات أشخاص كانوا سعيدين بشراء بضاعتك لأنها حققت لهم الفائدة المرجوة منها. ولا تنس أن قارئ الإعلان يقفز عادة من سطر إلى آخر يلفت انتباهه ولا يقرأ كل ماهو مكتوب. لذلك عليك أن تعرف كيف توجه أنظاره إلى الجمل الرئيسية التي تبرز النقاط الهامة والميزات المتوفرة بسلعتك. وتذكر أن تعرض عدة خيارات وتسهيلات للدفع على الزبون، وليكن شعارك هنا البساطة والسهولة.

- **صمم موقعك وانت تضع السوق الذي تصبو إليه نصب عينيك:** هل تجد أن إعلانك على الويب بتصميمه الحالي ناجح في جذب نوعية الزبائن التي تريدها والمستعدة فعلاً لشراء بضاعتك أو الاستفادة من خدماتك؟ فعلى سبيل المثال إذا كان إعلانك موجهاً لفئة الشباب فيجب أن يبدو مرحاً وبسيطاً ومتماشياً مع ماهو دارج (واترك التكلف والتعقيد للكبار)، وإذا كان موجهاً إلى رجال الأعمال فيجب أن يبدو متعاوناً من أجل تحقيق المصلحة المطلوبة. أي بمعنى آخر، عليك استخدام الألوان والخطوط والصور التي تناسب الفئة التي يتوجه إليها الإعلان.

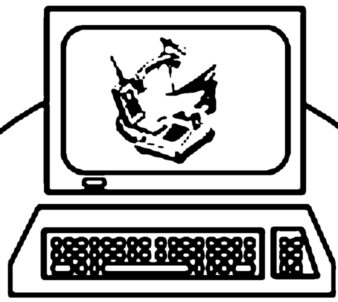
- **ركز على المضمون وسهولة التبحر:** فإن هذين العنصرين هما أهم العناصر التي تساعدك على الاحتفاظ بزوار موقعك. قد يبدو هذا سهلاً، ولكن شركات عديدة تركز على عملية تسويق موقعها دون الالتفات إلى كيفية وماهية عملية الاتصال بموقعهم. إي أنهم لا يعيرون انتباهاً إلى كون محتوى موقعهم يتماشى مع أحدث التطورات ولما تنتهِ صلاحيته أم لا، ولا يلتفتون إلى صعوبة التبحر على موقعهم ذاك. إذا لم يستطع موقعك تقديم ما يريده المستخدم وبطريقة سهلة وسريعة فإن آلاف المواقع يمكنها تقديم ذلك.

الطريقة الفعلية لتقديم خدمات بوقت بسيط:

يمكنك إلقـاء نظرة على الموقـع التـالي: http://www.humanclick.com الذي يسمح لك بالإجابة على استفسارات الزوار الذين يستعرضون موقعك على الويب. كلما استخدمت المزيد من الأقنية والوسائل التي تسهل اتصال الزبون بك كلما كان هذا أفضل بالنسبة لك. لقد فشلت شركات عديدة بتطوير عملها ومردودها عبر الشبكة وذلك بسبب ضعف الخدمات التي كانوا يقدموها إلى الزبائن أو بسبب ضعف أقنية الاتصال التي كانوا يستخدمونها للوصول إلى أولئك الزبائن. لذلك فإن تقديمك أكثر من وسيلة اتصال بينك وبين الزبون سيجعلك تبرز بالتأكيد بين مجموعة المعلنين ويعزز علاقتك بالزبائن وبجميع المتصلين بك، ويساعدك على الاحتفاظ بزبائنك الدائمين.

وفي نهاية المطاف، نذكرك بضرورة اعتماد هذه المبادئ المتعلقة بشؤون التسويق عند تصميم موقعك. صمم موقعك بحيث يبدو جذاباً وجيداً وبحيث يحقق الهدف الذي ترجوه من أجل عملك، والأهم من هذا وذاك أن تذكر أن الموقع سيحقق لك ما تريد تحقيقه: بيع ما عندك من إنتاج وضمان عودة الزبون ثانية إليك لشراء المزيد.





الملحقات



أيقونات التعبير عن المشاعر
ومصطلحات الشبكة

أيقونات المشاعر: عبر عن مشاعرك على الشبكة:

يستخدم الناس عادة عدداً من الأيقونات التي تظهر من عدة ضربات على بعض أزرار لوحة المفاتيح للتعبير عن افكارهم ومشاعرهم وحالاتهم النفسية أثناء الاتصال عبر الشبكة. تستعمل هذه الأيقونات (وتدعى أيضاً بالوجه الضاحك) عادة بكثرة في رسائل البريد الإلكتروني وفي غرف المحادثة وفي وسائل إعلام الشبكة وفي قوائم المراسلة أيضاً. ولكننا أكثر ما نشاهدها- بالإضافة إلى بعض المصطلحات والاختصارات- في غرف الحوار لأنها توفر الوقت وتسرع من وتيرة عملية المحادثة، فإذا أردت أن تكون محدثاً بارعاً في غرف الحوار ما عليك إلا حفظ هذه الأيقونات والرموز واستخدامها مع من تتحدث إليهم، أما عندما تريد كتابة رسالة إيميل، فيستحسن أن تقلل من استخدامها قدر الإمكان ولا تستعمل غير الأيقونات والرموز العامة التي نوردها لك أدناه:

الرمز	معناه
(-: أو (: أو { ☺ }	يبتسم - سعيد
:-)	يغمز
:-))	سعيد جداً
: - D	يضحك
: - <	بائس
: - e	خيبة الأمل
< : - (	مجنون - غاضب
(:- (	العبوس - التجهم
: - P	يخرج لسانه
d : - O	يخلع قبعته أمام فكرة رائعة
: - y	يقول مايريد مع ابتسامة
: - V	يصرخ
* - : I	حلم اليقظة
= ^..^=	قطة

الرمز	معناه
) - : أو): أو { ☹ }	غير سعيد
I - O	يتثاءب
=)	مندهش
- O	مصدوم
: :- C	يبكي
> - : <	مجنون
(: - <	عابس
- : >	مستهزئ
- : *	قبلة
: - 8	يتكلم من طرف فمه
: - V	يتكلم
: - (O)	يصيح
: - [	له شاربان
: - }	ضحكة عصبية

هل يتوجب عليك دفع المال من أجل العثور على صديق:

قد تحتار بين الإعلانات التي قد تظهر على شاشة الكومبيوتر أمامك سواء في برامج خدمات الاتصال أو على شبكة الويب والتي تعرض أن تبحث لك عن صديق أو قريب مفقود. إن معظمها نقدم لك خدمة واحدة مجانية، الا وهي إلقاء نظرة سريعة على أكثر منافذ الحصول على معلومات سهولة . أما إذا أردت أية خدمة إضافية، فإن هذا سيكلفك. وتختلف الكلفة بحسب مدى صعوبة البحث. قد يكون هناك أكثر من سعر، إذ إنَّ الكلفة تزيد في حال عدم توصلك إلى نتيجة في عملية البحث الأولية ورغبتك في إعادة البحث باستخدام وسائل إضافية. هل يستحق الأمر دفع هذه المصاريف؟ يمكن أن تكون الإجابة نعم، ولكن قبل دفع أي مبلغ، حاول أن تقوم أنت بالبحث بنفسك أولاً على الشبكة، لأن النتائج قد تدهشك وبالمجان.

جمع رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بالعائلة والأصدقاء:

إن إرسال إيميل واحد إلى عدة أفراد من الأقرباء والأصدقاء تضمهم في مجموعة واحدة لن يكون بالمهمة الصعبة عليك. يمكنك في مثل هذا الإيميل أن تقول ما يحلو لك دون أن تقلق كثيراً بشأن الأخطاء اللغوية أو بشأن طول أو قصر الرسالة، إذ ليس من المطلوب أن تكون رسالتك مثالية هنا كما هو الحال مع رسائل العمل، وبالمقابل، فإن متلقي رسالتك سيفرحون بها وسيردون عليها بالأسلوب نفسه.





مصطلحات واختصارات الشبكة

إليك هنا قائمة بالمصطلحات والاختصارات المستخدمة على الشبكة والتي قد تجدها في غرف الحوار أو في رسائل الإيميل. تستطيع أن تستخدم ما شئت منها في غرف الحوار طالما أن من تتحدث إليه يفهم ما تقول، وعند كتابة رسالة إيميل حاول أن تستعمل أكثرها شيوعاً . أما في الرسائل الرسمية كرسائل العمل مثلاً، يستحسن أن تتجنب استخدامها بالمرة.

BFN	bye for now :	وداعاً الآن
BMFJI	Pardon me for jumping in :	عذراً لتطفلي
BTW	by the way :	بالمناسبة
FAQ	frequently asked questions :	أسئلة تطرح
FYI	for your information :	للعلم
IAE	in any event :	في أي ظرف
IMHO	in my humble opinion :	برأيي المتواضع
LOL	lots of love :	كثير من الحب

الرد غير ضروري : no reply necessary NRN

حديث جداً : out of the box (brand new) OOTB

بالمقابل : on the other hand OTOH

فهمت (oh,I see) ،OIC

بعبارة أخرى : in other words IOW

خر من الضحك : roll on the floor laughing ROTFL

لم يتضح بعد : still in the dark SITD

اقرا الرسالة كلها : read the full massage RTFM

شكراً سلفاً : thanks in advance TIA

اكلمك لاحقاً : talk to you later TTYL

شكراً جزيلاً : thank you very much TYVM

ما تراه هو ما ستحصل عليه او هو ماعندك : what you see is what you get WYSIWYG

٢٤/ساعة في اليوم كل ايام الأسبوع seven days a week, all day long :7/24





الوصايا العشر لآداب الاتصال عبر الشبكة

إليك هذه الوصايا العشر لأخلاق وآداب التعامل عبر الكومبيوتر والتي وضعها معهد آداب الكومبيوتر Computer Ethics Institute. ننصحك أن تحفظها وتتقيد بها لتساعد على خلق جو مثمر وآمن وفعال من الاتصالات عبر هذا الجهاز.

١. لا تستخدم الحاسوب لإيذاء شخص آخر.

٢. لا تتدخل بعمل الآخرين على الجهاز.

٣. لا تتجسس على ملفات الآخرين.

٤. لا تستخدم الحاسوب بهدف السرقة.

٥. لا تستخدم جهاز الكومبيوتر للإدلاء بشهادة كاذبة.

٦. لا تستخدم أية نسخة عن برنامج لم تدفع ثمنه.

٧. لا تستخدم جهاز الآخرين دون إذن منهم.

٨. لا تستولي على أفكار الآخرين.

٩. فكر ملياً بالعواقب الاجتماعية للبرنامج الذي تضعه.

١٠. لا تستخدم الحاسوب إلا لإظهار الاحترام والتقدير للآخرين.